

د. بشرى جميل إسماعيل

الإبداع الإعلامي في الفضائيات العربية



الإبـداع الإعلامي

في

الفضائيات العربـية

تأليف

د. بشرى جميل اسماعيل

دار أسامة للنشر والتوزيع
عمان – الأردن

الناشر

دار أسامة للنشر و التوزيع

الأردن — عمان

- هاتف: ٥٦٥٨٢٥٢ — ٥٦٥٨٢٥٣
- فاكس: ٥٦٥٨٢٥٤
- العنوان: العبدلي- مقابل البنك العربي

ص. ب: ١٤١٧٨١

Email: darosama@orange.jo

www.darosama.net

الطبعة الأولى

٢٠١٢م

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية

(٢٠١١/٩/٣٥٦٣)

٣٠٢,٢ اسماعيل، بشرى جميل

الإبداع الإعلامي في الفضائيات العربية/ بشرى جميل اسماعيل.- عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١.

( ) ص.

ر.أ: (٢٠١١/٩/٣٥٦٣)

الواصفات: الاتصال//الاتصال الجماهيري/

ISBN: 978-9957-22-463-9



الفهرس

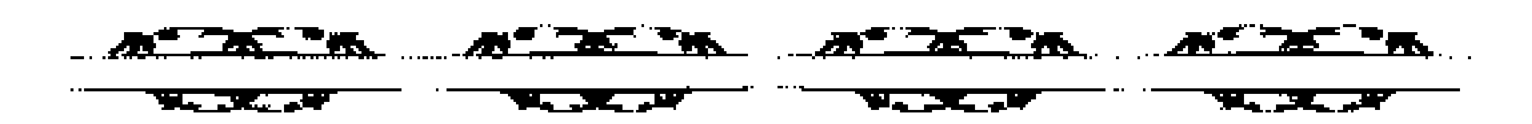
المحتويات	الصفحة
الفهرس	٣
الإهداء	٨
المقدمة...	٩
تعريف المفاهيم الأساس	١٣

الفصل الأول

الإتصال وعلاقته بالثقافة ٢٢

المبحث الأول

مدخل الاتصال ووظائفه في الواقع الإعلامي	**٢٥**
مدخل الاتصال	٢٥
أولا : مدخل الاتصال الجماهيري ونظرياته	٣١
ثانيا : الاتصال الجماهيري وتأثيرات الواقع الإعلامي	٣٣
ثالثا : نظريات الدور	٣٩
رابعا : نظرية اتصال تنتمي إلى كتلة ثقافية متميزة	٤٦
خامسا : المدخل الوظيفي	٤٧
سادسا : وظائف اتصال العولمة	٥١
سابعا : مظاهر اتصال العولمة	٥٢
ثامنا : الاتصال وعلاقته بالتنمية	٥٨
تاسعا : الفكر التنموي الإعلامي العربي	٦٠



المبحث الثاني

العلاقة بين الاتصال والقيم الثقافية ٦٤

أولا: العلاقة بين الاتصال والثقافة والمنتج الثقافي. ٦٤

ثانيا: العولمة وثقافة الاتصال العالمية. ٦٨

ثالثا: الأمن الثقافي العربي ٧٢

رابعا: القيم وحتمية الاتصال ٧٤

خامسا: جدلية قيم حتمية تقنية الاتصال والمجتمع ٧٦

سادساً: الاتصال والرأسمال القيمي. ٧٨

سابعا: الاتصال والبعد الثقافي، من القيمي إلى المرئي ٨٠

ثامناً: قيم الحداثة؟ وظهور الصناعات الإبداعية ٨٢

تاسعاً: الاتصال الجماهيري وما بعد الحداثة ٨٥

عاشراً: الصورة دليلاً على الواقع الثقافي - ما بعد الحداثة - ٩٥

أحد عشر: اتفاقية اليونسكو حول تنوع أشكال المضمون الثقافي "النسبية الثقافية" ٩٧

الفصل الثاني

تنمية الإبداع والصناعات الإبداعية في مجتمعات المعرفة......... ١٠٢

المبحث الأول

مدخل الإبداع وعلاقته بمجتمع المعرفة ١٠٥

أولا: مدخل تاريخي في الإبداع ١٠٥

ثانيا: نظريات تفسير العملية الإبداعية ١٠٨

ثالثا: مستويات الإبداع. ١١٠

رابعا: المكونات العامة للتفكير الإبداعي. ١١١

خامسا: مداخل نظرية للإبداع ١١٣



سادسا: مميزات المنتج الإبداعي ١١٥

سابعا: أنواع الإبداع. ١١٦

ثامنا: أزمة الإبداع في الثقافة العربية. ١٢٢

تاسعا: العوامل المساعدة على الإبداع ١٢٣

عاشرا: معوقات الإبداع ١٢٤

احد عشر: الإبداع والمعرفة وثقافة العولمة ١٢٧

اثنى عشر: خصائص الاقتصاد المبني على المعرفة. ١٢٩

ثلاثة عشر: التحديات التي تواجه التعليم في الاقتصاد المبني على المعرفة . ١٣١

اربعة عشر: العلاقة بين المعلومات والمعرفة والاتصال ١٣٣

خمسة عشر: منظومة اكتساب المعرفة في الوطن العربي ١٣٧

خمسة عشر: رؤية إستراتيجية لإقامة مجتمع المعرفة في الوطن العربي. . ١٣٩

المبحث الثاني

مفهوم الصناعات الإبداعية أو" الثقافية" ١٤١

أولا: تطور مفهوم الصناعات الإبداعية Creative Industries ١٤١

ثانيا: جغرافية الصناعات الإبداعية ١٤٥

ثالثا: التحليل النقدي للصناعات الإبداعية ١٤٨

رابعا: مستهلكو ومواطنو الصناعات الإبداعية ١٥٢

خامساً: الاقتصاد الجديد والصناعات الإبداعية ١٥٨

سادسا: الفرق بين الصناعات التصنيعية والصناعات الإبداعية ١٦٠

سابعا: سياسة التعددية الثقافية للصناعات الإبداعية. ١٦٢

ثامناً: الثروة الثقافية للأمم في "الاعلام البديل" ١٦٤

تاسعا: خواص الممارسات الابداعية للصناعات الابداعية. ١٧٤

عاشرا: المدن الإبداعية. ١٧٦

احدى عشر: الملكية الفكرية ١٨٠

الفصل الثالث

ثقافة الفضائيات العربية ١٨٣

المبحث الأول

المشهد الإعلامي للبث الفضائي العربي ١٨٥

أولا: المشهد الفضائي العربي ١٨٥

ثانيا: الثقافة الإعلامية الرائجة في الفضائيات. ١٩٤

ثالثا: خصوصية الوسيلة الاتصالية المرئية "القنوات الفضائية ٢٠٤

رابعاً: مستقبل النظام العربي للاتصال الجماهيري ٢١٠

المبحث الثاني

الإبداع الإعلامي العربي ٢١٥

أولا: الإبداع الإعلامي وهم الحاضر وطموح المستقبل. ٢١٥

ثانيا: الكفاءات الإبداعيّة في الاتصال الجماهيري ٢١٨

ثالثا: أسباب وحلول أزمة الإبداع الإعلامي ٢٢٢

رابعاً: الكفاءات الإداريّة في الإعلام. ٢٣٢

خامساً: واقع الإبداع الإعلامي العربي ٢٣٣

سادساً: نحو إعادة تشكيل الزمن الاجتماعي والإعلامي ٢٣٦

سابعاً: وثيقة مبادىء تنظيم عمل الفضائيات وعلاقتها بنمو القنوات الفضائية ٢٤١

الفصل الرابع

صورة بانورامية عن برامج الفضائيات العربية ٢٤٣

موضوعات برامج الفضائيات ٢٤٥

معيار سمات برامج الصناعات الإبداعية "برامج القضايا المعاصرة". . . . ٢٤٨



طبيعة القضايا في برامج الفضائيات ٢٧٠

نمط القيم في برامج الفضائيات ٢٧٣

قيم حقوق الإنسان في برامج الفضائيات ٢٧٤

القيم السياسية في برامج الفضائيات ٢٧٧

قيم حقوق الإنسان الثقافية والاجتماعية في برامج الفضائيات ٢٨٦

القيم الشخصية في برامج الفضائيات ٢٨٩

القيم القومية في برامج الفضائيات ٢٩٢

قيم ثقافة الإبداع في برامج الفضائيات ٣٠٣

قيم الحداثة في برامج الفضائيات ٣٠٦

قيم ما بعد الحداثة في برامج الفضائيات ٣١٢

قيم المعرفة في برامج الفضائيات ٣٢١

القيم المهنية في برامج الفضائيات ٣٢٤

سمات برامج الفضائيات العربية ٣٢٦

أهداف برامج الفضائيات العربية ٣٣٤

طريقة عرض برامج الفضائيات ٣٤٠

الأساليب المتبعة في برامج الفضائيات العربية ٣٤٦

الخاتمة **٣٥٣**

الملاحق **٣٥٩**

المصادر والمراجع **٣٦٧**



الإهداء

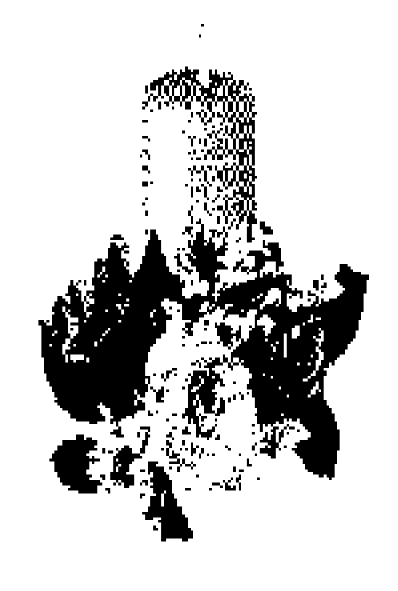
الى روح المعلم الكبير رمز العطاء المتواصل . . . والدي

الى أغلى انسانة اسقتني من حكمها . . كيف يبدأ أمل طريق الحياة

وكيف اقتنص الفرص للسعادة وأمسك أول خيط يقودني لمستقبل

آخر . . . والدتي

الى الاخوين العزيزين واخواتي العزيزات الذين اضاءوا لي درب الحياة





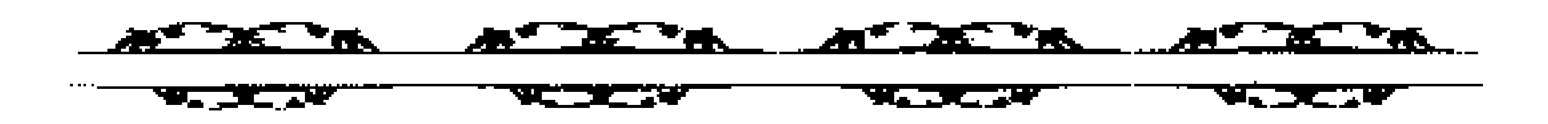
المقدمة...

تزدحم الساحة الإعلامية العربية بحشد من الفضائيات العربية ذات الطابع الإخباري أو الترفيهي أو الديني، وظهرت هذه الفضائيات وتطورت في السياق الإقليمي المحموم من أجل الوصول إلى أذهان البشر، والإسهام الفاعل في تكوين أنساقهم المعرفية والفكرية والقيمية والسلوكية. ويمكن فهم هذا السياق الإقليمي في ضوء السياق الكوني الذي يرى أن ساحة الصراع وميدان الرهان هو كسب أذهان البشر، وإن للإعلام ولاسيما الفضائي منه دوراً حاسماً في هذا المجال.

ويهتم الكتاب بالنسق الثقافي الذي تبثه الفضائيات، وتؤثر فيه على مجمل حياة البشر فتتغير من قيمهم وأساليب معيشتهم وحتى نظرتهم إلى أنفسهم في مقابل العالم الواسع. وإذا كانت "المعرفة قوة"، فأن أجهزة الاتصال والإعلام هي المسؤولة عن منح هذه القوة او حجبها، فهناك عولمة للمعلومات واحتكارها من قبل المنتجين، وعولمة لأنماط الحياة عن طريق الترويج لها في وسائل الأعلام "سواء بوعي أو من غير وعي"، وعولمة للثقافة، وعولمة للقيم.

وابرز مظاهر العولمة هي ظهور سلع غير ملموسة وغير متعارف عليها سابقا كسلع مثل الأفكار والتصميمات ومنتجات أخرى لا تبدو في شكلها الخارجي سلعاً تسمى "بالصناعات الابداعية" وحاملة لهوية وقيم الثقافة التي تنتجها، وتهتم بزيادة الإنتاج الثقافي مع قلة في التكلفة مع زيادة في الربحية والمزيد من التوزيع غير المتكافئ، وفي مجالنا هذا، صناعة الإعلام في يد فئة صغيرة من الرأسماليين. فتكمن الإشكالية في كيف نوفق بين التجاري حتى يتواصل المشروع الإعلامي وبين أهداف المؤسسة الإعلامية، فأصبح التحدي الحقيقي اليوم امام الدول الصناعية قبل النامية هو مواجهة مضمون العولمة وليس أدوات العولمة الممثلة في أجهزة الاتصال الحديثة.

وشهدت السنوات العشر الأخيرة حركة نشطة في مجال حقوق الإنسان الأساس ولاسيما حقه في المواطنة ومفهوم المواطنة الذي يعدّ من المصطلحات



الجديدة، على الرغم من قدمه، في منطقتنا العربية لانه وحتى وقت قريب والى الان في دول عربية عدة يستخدم تعبير"رعايا" بدلاً من "مواطني" الدولة. وقد توغل البعض في الحديث عن دور وسائل الإعلام ولاسيما القنوات الفضائية منها في خلق وعي أكبر بهذه الحقوق. فقد كان من الممكن ان تؤدي وسائل الاعلام دوراً مهماً في جملة هذه التحولات عبر خلقها فضاءً فسيحاً تتصارع فيها الأفكار والمبادئ بحيث توفر للمواطن المعلومة التي تشكل هنا عامل قوة لاسيما في مجالات كحقه في المواطنة وما يترتب على ذلك من حقوق أخرى.

وينظر المهتمين بكثير من القلق للتحولات السريعة، الناتجة عن عولمة الاقتصاد، وفي ملكية وسائل الإعلام، ومدى انعكاس ذلك على سياسات هذه المؤسسات وعلى مضمون المواد التي تقدمها.

ويمكن وصف المواد الإعلامية في عصر العولمة بأنها قد تحولت الى سلعة، ومادة للاستهلاك، وتوحيد الثقافات في ثقافة واحدة وبذلك تهمش من أصوات الاقليات والثقافات المختلفة. وسوف تتعرض للمرة الأولى في التاريخ ثقافات الماضي الى التحدي، ليس من قبل ثقافة عالمية فحسب، وانما ثقافة اقتصادية، فالثقافة المعاصرة هي السلعة التي تباع جيداً. وقد أصبحت "الصناعات الابداعية" أي الثقافة والخدمات الأخرى التي تصاحبها أكبر صناعة عالمية ألان، فعلى سبيل المثال تبلغ قيمة صادرات الولايات المتحدة الأمريكية من الأفلام والبرامج التلفزيونية بالدولارات ضعفي صادراتها من الطائرات.

وتتحكم الفضائيات بالمنظومات القيمية للمجتمعات في إنتاج الأشكال المختلفة للأفعال الاجتماعية، لذلك فإن عالم الاجتماع الفرنسي بيار بورديو يتحدث عما يسميه "بناء العقول"، والمقصود هو أن عملية بناء العقل تستند إلى مجموعة من القيم، يتم اختيارها وابتكارها وترتيبها وفق النسق القيمي المراد تجذيره في العقل ومن ثم في القاعدة السلوكية. ولكن على الرغم من أن كل ثقافة تحمل منظومتها القيمية التي تميزها، فإن مشروع العولمة قد نجح في جعل حجم القيم المشتركة للمجتمعات اليوم أكبر، فضلاً عمّا يمليه توسيع دائرة المشترك من توسيع دائرة

الصراع بين النماذج القيمية وأحيانا تصادمهما، بعدّ التصورات المختلفة للقيم قادرة على بلوغ حالات متقدمة وخطيرة من الصدام والمواجهة.

وتمثّل بعض البرامج في القنوات الفضائية العربية انعطافاً حاسماً في مسيرة الإعلام العربي، بتقديمها "الاعلام البديل" وشكلت نقلة نوعية في مستوى الأداء الإعلامي العربي. وبات مؤكداً أنها تشكل واحدة من أهم معالم الخريطة الإعلامية العربية. فقد استطاعت أن ترفع سقف الممكن إعلامياً، وأن تقدم برامج تقوم على أسس مهنية احترافية، وايضاً تقديم أطراً جديدة للبرامج تحاول أن تقدم الحدث انطلاقاً من القوة الذاتية للحدث ودلالاته وتداعياته، وتقديم قراءة معمقة للأحداث، تتضمن التفسير والتحليل والتقييم من منظور تعددي، فكرياً ومهنياً وباتجاه أن يصب هذا التقديم في إغناء المجرى التفاعلي للمشاهد بالحدث وخدمته، الأمر الذي أسهم تراكمياً في إغناء النسق المعرفي للمشاهد بما يحدث.

ويحاول هذه الكتاب الكشف عن مضمون البرامج ومكوناتها الثقافية وما تحملها من المعاني التي تم توظيفها فيها، عبر اربع فصول:

الفصل الأول: تناول الإتصال وعلاقته بالثقافة بمبحثين:

- **المبحث الأول : مدخل الاتصال ووظائفه في الواقع الاعلامي.**
- **المبحث الثاني : العلاقة بين الاتصال والقيم الثقافية.**

وتناول الفصل الثاني تنمية الإبداع والصناعات الإبداعية في مجتمعات المعرفة

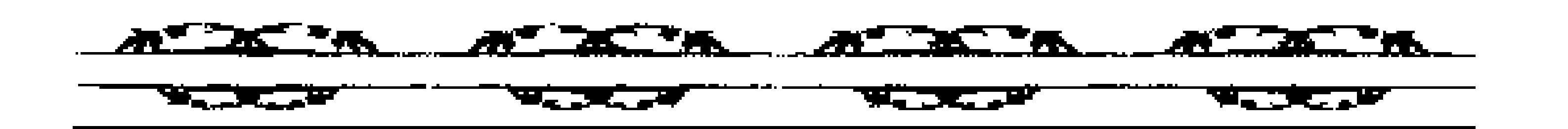
- **المبحث الأول: مدخل الإبداع وعلاقته بمجتمع المعرفة.**
- **أما المبحث الثاني: فتناول مفهوم الصناعات الإبداعية أو الثقافية.**

وتناول الفصل الثالث ثقافة الفضائيات العربية بمبحثين:

- **المبحث الأول: المشهد الإعلامي للبث الفضائي.**
- **المبحث الثاني: الإبداع الإعلامي العربي.**
- **وتناول الفصل الرابع صورة بانورامية عن برامج الفضائيات العربية.**
- **الخاتمة**



وقد تنوعت المؤلفات العلمية الإعلامية والاجتماعية والثقافية والتقنية التي استعانت بها الباحثة في هذا البحث، وتم الحصول على نصيب وافر من مصادر المادة العلمية من الإنترنيت مباشرة، وذلك في شكل أوراق علمية وإسهامات بحثية من قبل باحثين متخصصين ومؤلفين أغلبهم معروفين في مجال الإعلام. ولقد توخيت الحذر قدر الإمكان في كيفية الحصول على المعلومات من الإنترنت، واتبعتُ أهم الطرق التي يُضمَن بها ما يعرف بصلاحية المعلومات في الإنترنت، مثل مواقع وصفحات لها علاقة بجهات رسمية تعليمية وبحثية، ومراكز بحوث، واصدارات الامم المتحدة، وكُتّاب معروفين.



تعريف المفاهيم الأساس

يتطلب الكتاب العلمي استعمال المفاهيم العلمية المناسبة* ، وإذا كان من المناسب الإشارة الى المفاهيم المستعملة، فهي كثيرة ربما تصل الى مئة مفهوم، تتعلق بالصناعات الإبداعية، والثقافة، والاتصال الجماهيري، والقيم،.. فضلاً عن ذلك، ما قد يبرز من مفاهيم جديدة تتطلب وضع مصطلحاتها المختصة بها. وقد لا يسمح المجال هنا بالإلمام بشتى هذه المفاهيم، لهذا سيتم هنا استعراض المفاهيم الرئيسة تاركة البقية في الفصول المختلفة، سواء في ثنايا المتن أو في الهوامش حسب سياقها.

١- تعريف الصناعات الإبداعية ***Creative Industries***

تبدو الصناعات الإبداعية "**مجموعة من المستودعات لأنها تتواجد ضمن ثقافات مختلفة وضمن قطاع إعمال واسع، يستوعب أية فكرة جديدة وبالميادين المختلفة**"[(١)].

لكن لا تزال هناك وجهات نظر لهذا المفهوم الجديد الذي لم يحدد إلى الآن:

<u>أحدث تعريف للأمم المتحدة٢٠٠٨م</u>: "هي التراث الثقافي، والفنون المرئية والبرامج التلفزيونية وفنون الأداء، والصناعات السمعية البصرية، والإعلام المنشور والمطبوع، والإعلام الجديد، والتصميم، والخدمات الإبداعية بما فيها الإعلانات والهندسة المعمارية"[(٢)].

<u>ويعرفها د.جون هارتلي*</u>: هي "الصناعات التي تسعى إلى توضيح التقارب المفاهيمي والعملي بين الفنون الإبداعية "الموهبة الفردية" والصناعات الثقافية "النطاق

---

* أي التعريف الوظيفي أو الإجرائي، الذي يقدمه الباحث لمصطلح معين يبين فيه إجراءات استخدامه للمصطلح في مجال بحثه أو دراسته. ويعد التعريف إعلان بأن رمزا معينا قد هممنا باستعماله، ونريد ان يكون معناه كذا.

(١) جون هارتلي وآخرون، ((الصناعات الإبداعية : كيف تنتج الثقافة في عالم التكنولوجيا والعولمة؟))، ترجمة: بدر السيد سليمان الرفاعي، الجزء الأول، الكويت، عالم المعرفة، ٢٠٠٧م، ج١، ص٤٦.

(٢) تقرير منظمة الأمم المتحدة عن اول دراسة للصناعات الإبداعية بعنوان" الاقتصاد الإبداعي للعام ٢٠٠٨م"، ٢٠٠٨/٢/١م. نقلا عن: http://www.un.org/radio/ar/features/200803-1.html

* جون هارتلي *John Hartley* : شارك بتأليف وتحرير كتاب "الصناعات الإبداعية" بجزأيه، ويشغل منصب عميد كلية الصناعات الإبداعية بجامعة كوينزلاند للتكنولوجيا وهي الكلية الأولى من نوعها في استراليا وربما في العالم. وله ما يزيد على ١٢ كتابا في مجالات الإعلام، والصحافة، من بينها تاريخ موجز للدراسات الثقافية ٢٠٠٣م، دراسات الاتصالات والإعلام والدراسات الثقافية: المفاهيم الأساسية ٢٠٠٢م، الفضاء الجماهيري الأصيل، ترجمت كتبه إلى عشر لغات.



الجماهيري"، في إطار تقنيات إعلام جديدة داخل اقتصاد معرفة، يستخدمها مواطنون تفاعليون جدد"(1).

عرفتها منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة "اليونسكو" بأنها: "تضم الصناعات الإبداعية النشر المطبعي والموسيقي، الإنتاج السينمائي والسمعي البصري والمتعدد الوسائط. ويُدرج في عداد هذه الصناعات الحرف اليدوية والتصميم، مجالين للنشاط ليسا من الصناعات الثقافية بالمعنى الدقيق، لكن لهما أوجه شبه بها قوية، وقد توسع المفهوم ليشمل صناعات "الإبداع" التي تضم الهندسة المعمارية وشتى الفنون"(2).

وأيضاً حسب نص تعريفها في "اتفاقية حماية وتعزيز تنوع أشكال التعبير الثقافي" التي اعتمدتها اليونسكو في خريف عام ٢٠٠٥م: "هي التي تُنتج وتوزع النتاج والخدمات الثقافية"، أي: "التي يتبيّن، لدى النظر في صفتها أو أوجه استعمالها أو غايتها المحددة، أنها تجسد أو تنقل أشكالاً للتعبير الثقافي بصرف النظر عن قيمتها التجارية"(3).

وعرف د.المنجي الزيدي الصناعات الثقافية* بأنها: "المجال الذي يشمل إبداع وإنتاج وتسويق المواد والخدمات ذات الطابع الثقافي المحمية غالبا بقوانين الملكية الفكرية وحقوق المؤلفين". وتتمثل هذه الصناعات في: "النشر والوسائط المتعددة والصناعة السينمائية والوسائل السمعية والبصرية، وكذلك الصناعات التقليدية والفنون التشكيلية وفنون العرض والرياضة وصناعة الآلات الموسيقية والإعلان

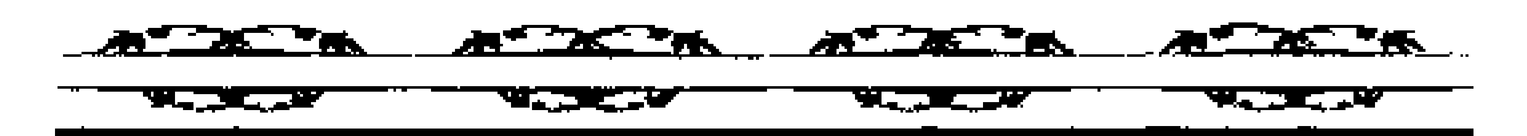
---

(1) جون هارتلي وآخرون، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٢.

(2) منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، اليونسكو، وثيقة من وثائق اليونسكو الرسمية لموضوع "الصناعات الثقافية" غير محدثة. نقلا عن: www.unesco.org/culture/industries

(3) منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، اليونسكو، وثيقة من وثائق اليونسكو الرسمية "لاتفاقية حماية وتعزيز تنوع أشكال التعبير الثقافي" التي اعتمدتها اليونسكو في خريف عام ٢٠٠٥م.
نقلاعن: www.unesco.org/culture/alliance

* هناك اختلاف في تسمية المفهوم بين " الصناعات الإبداعية والصناعات الثقافية "، سوف يستعرض البحث وجهات النظر.



والسياحة الثقافية. ولقد أصبحت "الصناعات الإبداعية" "*Creative Industries*" توصف في الأوساط الاقتصادية "الصناعات الصاعدة" "*Sunrise Industries*"، وتدعى في الأوساط الإعلامية والتكنولوجية "صناعات المضامين" "*Content industries*". وميزتها أنها تجمع بين البعدين الاقتصادي والثقافي، فهي تشجع الإبداع الثقافي بما انه مادتها الأساس وتتيح فرصاً جديدة للتجديد على مستوى الإنتاج"[1].

ويعرفها جون هوكنز*: "تلك التي تتضمن فكرة جديدة. في أي مجال، من الفنون والعلوم، التي تستخدم عمل العقل لإنتاج الملكية الفكرية"[2].

وعرف د.فتحي البس الصناعات الثقافية: و"هي تحويل غير الملموس إلى منتج ملموس يتم تداوله .لذلك تعكس الصناعات الثقافية حالة الشعوب ومستوى تقدمها وحضارتها وتشكل درعا حافظا لهويتها الوطنية"[3].

وفي تعريف آخر "ويعدّ هذا التعريف الأقرب للبحث" بأنها: "منتجات ثقافية تعبر عن الهوية والقيم والسمات، وفي الوقت نفسه هي عوامل تنمية اقتصادية واجتماعية. ويقتضي صون التنوع الثقافي وتعزيزه تشجيع قيام صناعات ثقافية مزودة بوسائل إثبات ذاتها على المستويين المحلي والعالمي. وتتجسد في إنتاج برامج الاتصال الجماهيري المقروء والمسموع والمرئي".

ولهذا عدّت الباحثة "المنتجات الثقافية" = البرامج التلفزيونية التي تبث عبر المحطات الفضائية، ومستمدة قضاياها من الثقافة العربية، والواقع الاجتماعي لحياة الجمهور وتعمل على تنمية عقل الإنسان العربي، وتوصل رسالتها محلياً وعالمياً.

---

(١) د.المنجي الزيدي وآخرون، ((الثقافة العربية- أسئلة التطور والمستقبل))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٣م، ص٢٦٠.

* جون هوكنز: ممثل المملكة المتحدة في الحوار الأطلنطي حول الإذاعة ومجتمع المعلومات الذي يضم صناع السياسة البارزين في الولايات المتحدة وأوروبا. ومن أشهر مؤلفاته في هذا الحقل بالذات " الاقتصاد الإبداعي ٢٠٠١م ".

(٢) جون هارتلي وآخرون، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٤٣.

(٣) د.فتحي البس، ((معظم المؤسسات العاملة في الصناعات الثقافية تنتظر التمويل))، ٢٠ /٢٠٠٨/١١م نقلا عن: www.alhayat-j.com



وترصد الأدبيات* إن هذا المجال "الصناعات الإبداعية" ما زال في أولى مراحل تطوره حتى الآن. وهناك علامة مشجعة على أن مرحلة من التحليل النقدي لهذا المجال قد بدأت بالفعل، ولكن إلى حد الآن "لم تظهر صياغة مفاهيمية موحدة للصناعات الإبداعية". وانتشر مفهوم الصناعات الإبداعية في استراليا في أوائل تسعينيات القرن الماضي، ونال اهتماماً كبيراً في أواخر تسعينيات القرن الماضي. وشكلت عوائدها العالمية لعام ٢٠٠٠م، حوالي ٢,٢ تريليون دولار، حوالي ٧,٥٪ من إجمالي الناتج القومي، حصلت بريطانيا منها على ١٥٧ بليون دولار(١). وتكتسب هذه الصناعات أهمية خاصة في المنطقة العربية بفعل التدفق الواسع الذي يؤثر على الهوية الثقافية، لذلك يصعب على الصناعات الإبداعية أو الثقافية في الدول النامية إن تصمد إذا تركت لاقتصاديات السوق، دون دعمها من قبل الحكومات.

٢- تعريف التنمية ***Development***

تستعمل كلمة تنمية مرادفة لكلمة تطوير في البحث. لان **"الأغلبية تفسر مفهوم التنمية، بأنه زيادة في الدخل وإجمالي الناتج المحلي، مع بقاء الحال على ما هي عليه من حيث المستوى الحضاري. ولكن المقصود الانتقال إلى مرحلة حضارية جديدة شاملة الإنسان وقدراته وفرص حياته ومشاركاته الايجابية في المجتمع على مستوى مغاير، وهو بناء أساس مادي علمي وصياغة عقل جديد لمجتمع جديد".**

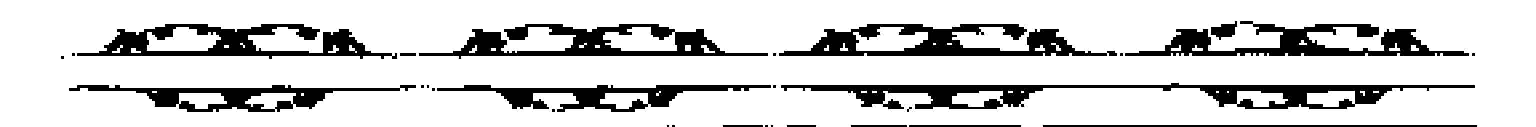
ويجسد مفهوم التنمية **"المركزية الغربية وآلية للتغريب القسري لشعوب الجنوب، فكما تم تبنيها تجهل كل ما لا يمكن قياسه: الحياة، والألم، والتضامن، والحب، والفرح، ومقياسها الوحيد الإنتاجية".** ولذا يعتقد "ادغار موران"* : **"ضرورة استبدال مفهوم التنمية بمفهومين هما: السياسة من اجل الإنسانية" وتكون مهمتها خلق أواصر التضامن في العالم لمكافحة الفقر،**

---

* المصادر المذكورة في تعريف مفهوم الصناعات الإبداعية.

(١) د. جون هارتلي وآخرون، ((مصدر سبق ذكره))، ج١، ص١٦٠.

* ادغار موران: عالم الاجتماع الفرنسي ومدير للبحوث بالمركز الوطني للبحث العلمي ورئيس الوكالة الأوروبية للثقافة، يتميز فكره بالموضوعية ودفاعه الشديد عن فكر التعقيد وتقاطع المعارف لأدراك وفهم الواقع المعقد.



والجهل، واللاعدالة، "وسياسة حضارية يكون هدفها تطوير الحضارة الغربية" عبر نزعها من سيطرة منطق الربح والمادية، ووضع آليات رقابة أخلاقية فيما يخص ادوار العلم، والتقنية. وإرساء تدبير ديمقراطي عالمي فاعل يفترض إصلاحات فكرية[1].

عرف التنمية إمارتيا صن*: "عملية متكاملة للتوسع في الحريات الموضوعية والمترابطة معا" أو، "عملية توسع في الحريات الحقيقية التي يتمتع بها الناس"[2]. وبعبارة ابسط "إن التنمية هي الحرية". ويضيف أيضا، "تستلزم هذه العملية إزالة المصادر الرئيسة لافتقاد الحريات: الفقر، وشح الفرص الاقتصادية، وعدم التسامح أو الغلو في حالات القمع، كما ينتج عن القيود المفروضة على حق المشاركة الحرة في الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية للمجتمع". أي أن الحرية، هي الغاية الأساس للتطوير[3].

التنمية كما نقلها الجابري*: هي "العلم حين يصبح ثقافة"، إذ إن التخلف سيكون هو "العلم حين ينفصل عن الثقافة" أو هو "الثقافة حين لا يؤسسها العلم"[4]. وأهمية هذا التعريف، ليست في المضمون فقط الذي يعطيه للتنمية بعكسه واقع التطور، بل لأنه يعطي لغياب التنمية، مضمونا يعبر هو الآخر عن واقع البلدان المسماة "نامية"؛ تسعى إلى تحقيق التقدم. وتلخص الظاهرة معطيات التخلف في البلدان النامية، "بانفصال العلم عن الثقافة: عدم اندماجه في حياة المجتمع المادية والفكرية". وهذا "لا يعني أن العلم غائب في هذه المجتمعات، بل حاضر بدرجة ما، غير أن حضوره من نوع الجسم الغريب"[1].

---

(1) Edgar Morin et Sami Nair, Une Politique de civilization (Paris: Arlea,1997), et Edgar Morin, "Une Mondialisation Plurielle," Le Monde, 26/3/2002, pp. 1 et 19.
نقلا عن: د.محمد سعدي، ((مستقبل العلاقات الدولية من صراع الحضارات إلى انسنة الحضارة وثقافة السلام))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٦م، ص٢٠٨ ص٢٠٩.

(٢) امارتيا صن، ((التنمية حرية))، ترجمة: شوقي جلال محمد، الكويت، عالم المعرفة، ٢٠٠٥م، ص٢١.

(٣) المصدر السابق نفسه، ص١٦.

(٤) د.محمد عابد الجابري، ((المسألة الثقافية في الوطن العربي))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط٢، ١٩٩٩م، ص١٠٣.

(٥) د.محمد عابد الجابري، ((المسألة الثقافية في الوطن العربي))، مصدر سبق ذكره، ص١٠٤.



فيسود في الغرب والمجتمعات المتقدمة عموما، "العلم الذي لا تؤطره قيم ثقافية. أما في البلدان العربية، فتسود الثقافة التي لا تؤطرها قيم علمية"[1]. وفيما يخص العرب فإنه ما لم يعمل على دمج العلم في ثقافتنا فإننا لن نخطو الخطوة الحقيقية الأولى نحو التنمية، وما لم يعمل الغرب على دمج الثقافة الإنسانية في العلم فانه لن يكتشف طريقه نحو حياة تجعل الإنسان القيمة الأولى والأخيرة. وهو ما سبق أن أشار إليه د.محمد سعدي في الصفحة السابقة، عند تناوله طروحات ادغار موران.

٣- **التنمية الإنسانية كما عرفتها منظمة الأمم المتحدة:** هي "نزوع*" دائم لترقية الحالة الإنسانية، جماعات وإفرادا، من أوضاع تعدّ غير مقبولة في سياق حضاري معين إلى حالات أرقى من الوجود البشري، تؤدي بدورها إلى ارتقاء منظومة اكتساب المعرفة"[2].

وعلى الرغم من شيوع استعمال "التنمية البشرية" بالعربية كترجمة للمصطلح الانكليزي *human development*، في برنامج الأمم المتحدة الإنمائي في مطلع تسعينيات القرن الماضي، ومثل نقلة نوعية في الفكر التنموي، "إلا إن "التنمية الإنسانية" تعريب ملائم عن المضمون الكامل للمفهوم، كحالة راقية من

---

(١) المصدر السابق نفسه، ص١٠٧.

* النزوع **Habitus**: بنية منظمة تتدخل في تشكيل وتنظيم الاستعدادات وتاليا الممارسات، وهي لا تفترض وعيا كاملا من قبل حاملها، إذ تتحرك المواقف وتدفع أصحابها إلى إطاعة نموذج أو أكثر من نماذج السلوك والتفكير دون سواها، وبدون إن تظهر العملية وكأنها بقيادة موجه علني الظاهر والوظيفة، علما إن هذه الاستعدادات ليست وهمية أو ذهنية المنشأ، بل هي موضوعية ناشئة عن الحياة العملية، وقد انتظمت مع مرور الزمن. وطرح هذا المفهوم عالم الاجتماع الفرنسي بيار بورديو في كتاب صدر له عام ١٩٦٤م تحت عنوان "الورثاء".
Bourdieu, Pierre. Un Art moyen: Essai sur les usages sociaux de la photographie. Paris: Editions de Minuit,1965.(Le Sens commun).
نقلا عن: د.عبد الغني عماد، ((سوسيولوجيا الثقافة- المفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٦م، ص٣٢١.

(٢) برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تقرير التنمية الإنسانية العربية، ((نحو إقامة مجتمع المعرفة))، ٢٠٠٣م، ص٣٧.



الوجود البشري". ويستعمل القرآن الكريم لفظ الإنسان في مواضع المسؤولية والتكريم، في سورة الرحمن، قال الله تعالى: " خلق الإنسان علمه البيان".

٤- **تعريف التنمية الثقافية:** "كل ما من شأنه أن يسهم في كل مجال من مجالات النشاط الإنساني في نشر قيم مجتمع المعرفة، وتحديد النظم والأدوات الكفيلة باستنفار العقل العربي وتوظيف قواه من ناحية، والارتقاء بالإنسان العربي من ناحية أخرى[1]".

٥- **تعريف الإبداع *Creativity* عرفه جون هارتلي:** "هو امتلاك فكرة جديدة". وتمتلك أربعة معايير، أن تكون من الثقافة نفسها، وأصيلة، وذات معنى، ونافعة. وعليه، فان اختراع آلة جديدة، وبرنامج ثقافي لتوعية الناس بقضاياهم، وحل الاختناقات المرورية، كلها إبداعية. وبالطبع، ليس لهذا النوع من الإبداع قيمة تجارية، فهذا يتحقق بعد ذلك[2].

<u>وعرفه روبرت ستير نبرج:</u> هو "القدرة على إنتاج أي عمل بحيث يتصف بالجدة، أي الأصيل والجديد واللامتوقع، والملائمة، أي القابلية للتوظيف والاستخدام والتكيف مع متطلبات أداء أية مهمة[3]".

<u>ويعرفه جيلفورد:</u> بأنه "تفكير مفتوح يتميز بإجابات متنوعة، ومن الصفات التي لها علاقة بهذا التعريف: الطلاقة والمعرفة والأصالة والقدرة على التفكير المنطقي وتوظيف المعرفة لتوليد أفكار جديدة[4]".

٦- **تعريف الثقافة *Culture*:** من أشهر التعريفات للثقافة تعريف الانكليزي ادوارد تايلور١٨٣٢م- ١٩١٧م: "ذلك الكل المركب الذي يتضمن المعرفة،

---

(١) مجموعة مؤلفين، ((التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية))، بيروت، مؤسسة الفكر العربي، ٢٠٠٨م، ص١٠.

(٢) جون هارتلي وآخرون، ((مصدر سبق ذكره))، ج١، ص١٥٨.

(٣) روبرت ستير نبرج، ((المرجع في علم نفس الإبداع))، ترجمة: محمد نجيب الصبوة وآخرون، القاهرة، المجلس الأعلى للثقافة، ٢٠٠٥م، ص١٩.

(٤) Guilford, J. P. (1959). Traits of creativity. In H. H. Anderson (Ed.), Creativity and its



العقيدة، الفن، الأخلاق، العادات، القانون، اللغة، وكل المقومات الأخرى التي يكتسبها الإنسان كعضو في المجتمع[1].

وعرفت الثقافة أيضاً: "منظومة متكاملة تضم النتاج التراكمي لمجمل موجات الإبداع التي تتناقلها أجيال الشعب الواحد، وتشمل بذلك كل مجالات الإبداع في الفنون والآداب والعقائد والاقتصاد والعلاقات الإنسانية، وترسم الهوية المادية والروحية للأمة لتحديد خصائصها وقيمها وصورتها الحضارية وتطلعاتها المستقبلية ومكانتها بين بقية الأمم[2].

وعرفها المؤتمر العالمي للسياسات الثقافية الذي عقدته اليونسكو في المكسيك ١٩٨٤م "تعريف إجرائي للبحث": "مجموع السمات المادية والفكرية والعاطفية الخاصة التي تميز مجتمعا بعينه أو فئة اجتماعية بعينها، وأنها تشمل الفنون والآداب وطرائق الحياة والإنتاج الاقتصادي، كما تشمل الحقوق الأساسية للإنسان ونظم القيم والتقاليد والمعتقدات[3].

٧- تعريف القضايا المعاصرة: "وتتضمن الموضوعات السياسية، والعلمية، والاقتصادية، والدينية، والاجتماعية، والفكرية، المثارة حالياً على الساحة العربية بصفة خاصة، والساحة الدولية بصفة عامة، ولم يألفها المجتمع العربي، ويجهل الكثير عنها رغم معايشته لها بشكل يومي، ولها تأثير ايجابي أحيانا، وسلبي أحيانا أخرى، انسجاما مع القضية، رغم شيوع السلبي بصورة اكبر على حياته اليومية. وتناول هذه القضايا في البرامج الإعلامية، يمكن أن يسهم الإعلام وثقافة الجمهور في

---

(١) د.عبد الرحمن عزي، ((دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٢م، ص١٠٢.

(٢) محمد علي حوات، ((العرب والعولمة: شجون الحاضر وغموض المستقبل))، القاهرة، ٢٠٠٢م، ص١٧٤.

(٣) إعلان مكسيكو بشأن الثقافة الفقرة/ ٤/ ص٢١٨ من النص العربي. نقلا عن: تقرير البيان الختامي للمؤتمر. نقلا عن: عصام البطران، ((السياسات الثقافية الفلسطينية))، تقرير وزارة الثقافة الفلسطينية، حزيران٢٠٠٤م.



تفنيدها، ومواجهتها لحماية المجتمع، ولاسيما الشباب العربي من الانحراف والزلل[1].

٨- **القناة المتخصصة**: "وهي التي تخلّت عن شموليّة المضمون والمقصد لتختص في مجال برامجي منفرد أو لتتوجه الى جمهور محدّد. وكلمة متخصّصة مشتقّة من فعل خصص. وفي لسان العرب لابن منظور: "خصته بالشيء وخصّصه واختصّه: أفرده به دون غيره"[2].

٩- **مفهوم الحوار لغويا**: "مراجعة المنطق والكلام في المخاطبة"، وحاوره محاورة وحواراً "جاوبه وأرجعه الكلام". برامج الحوار اصطلاحاً: "شكل من أشكال البرامج التي يجب أن يتوفر فيها رأيان متباينان أو متكاملان حول حدث ما. ويقوم على جعل الضيوف يستدلّون ويتشبّثون بمواقفهم ويدافعون عنها"[3].

١٠- **المنتج الإعلامي أو الثقافي**: "أنه كل ما يتعلق ببرنامج تسويق المنظمة الإعلامية لمنتجاتها "رسائل، وأفكار، وأفلام، ..."، يهدف اجتذاب الرأي العام أو أعضاء النظام الاجتماعي وبالتالي محاولة التأثير عليهم وإقناعهم بما تطرحه. أو "أنه مجموعة السمات والخصائص التي يجب أن تتميز بها الرسالة الإعلامية أو الأفكار بالشكل الذي تشبع اهتمامات ورغبات جمهور الرأي العام أو أعضاء النظام الاجتماعي". أو "هو عبارة عن خليط السمات والخصائص التي يجب أن تتوفر في المنتج كصفات الرسالة الإعلامية أو الفكرة، مضمونها، قدرتها على التأثير والإقناع وكذلك

---

(١) د.شريف علي حماد، ((الثقافة الإسلامية في ضوء القضايا المعاصرة- تحليل مساق الثقافة الإسلامية))، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر التربوي الأول للجامعة الإسلامية، التربية في فلسطين وتغيرات العصر، ٢٠٠٤/١١/٢٢م، ص٤.

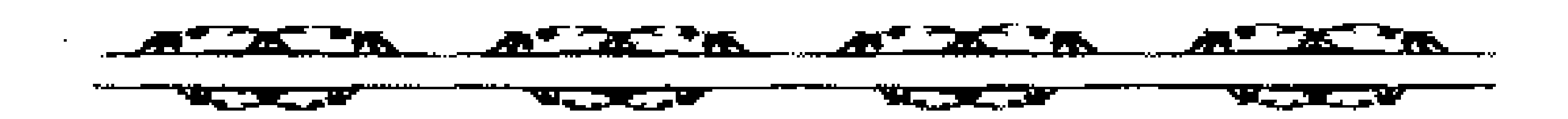
(٢) د.المنصف العياري، أ.محمد عبد الكافي، ((القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة))، تونس، اتحاد اذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات اذاعية "٥٦"، ٢٠٠٦م، ص١١ص١٢.

(٣) د.المنصف العياري، ((البرامج الحوارية التلفزيونية))، تونس، مجلة الاذاعات العربية، ع٢، ٢٠٠٨م، ص٢١.



تتعلق بصفات المنظمة الإعلامية من ناحية مصداقيتها، وطريقة معالجتها للقضايا التي تهم الجمهور[1].

(1) د.محمود جاسم الصميدعي، د.ردينة عثمان يوسف، ((التسويق الإعلامي- المبادئ والإستراتيجيات))، عمان، دار المناهج، ٢٠٠٣م، ص٢٧٢.



الفصل الأول

الإتصال وعلاقته بالثقافة



المبحث الأول

مدخل الاتصال ووظائفه في الواقع الإعلامي

مدخل الاتصال

لا تمثل وسائل الاتصال الجماهيري العامل الأساس للتغيير في المجتمع، لكنها عامل مهم في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي، في نظرة الإنسان إلى مجتمعه والعالم. فالمضمون الذي تتوجّه به عبر رسائل إخبارية أو ثقافية أو ترفيهية أو غيرها، لا يؤدي بالضرورة إلى إدراك الحقيقة فقط، بل انه يسهم في تكوين الحقيقة، وحل اشكالياتها.

ويرتكز المجتمع الحديث على "المعرفة"* في القرن الحادي والعشرين، بما تخلقه من توسيع لخيارات الناس وتنمية لقدراتهم وتمكينهم من بناء حياة إنسانية أفضل. وهو ما أخذت تعززه تقارير التنمية البشرية منذ التسعينات وتبنته الدول العربية في "تقارير التنمية الإنسانية"* للألفية الجديدة، وقد "ركزت جميعها على

---

* ادوارد سعيد: "الزمن الراهن هو ساحة المعركة والمعرفة هي سلاحنا"، وذكر محمد حسنين هيكل: "وذلك الجرس الذي دقه تقرير التنمية الإنسانية العربية، على سمع العرب، وعلى مسمع من غيرهم، جاء يحمل أصداء من دقات كل الأجراس في حياتنا: دعوة إلى معرفة وعلم، وإعلانا بفرصة أخيرة للحاق برحلة المستقبل، وأخيرا إنذارا بخطر داهم، إذا لم يهرع من ينبهم الأمر".

نقلا عن: تقرير التنمية الإنسانية العربية، ((نحو إقامة مجتمع المعرفة))، ص٢ ص٢١.

* بعد مرور خمس سنوات من صدور تقرير التنمية الإنسانية العربية عقد مركز سابان المختص بدراسة سياسة الشرق الأوسط، حلقة نقاشية بعنوان "الألفية الجديدة للمعرفة" وخرج بنتيجة "تراجع المعرفة في الوطن العربي"، وركز على أهمية خمس مجالات من اجل تحقيق مجتمع المعرفة: "الحكومة، التعليم، الإعلام، العلوم والتكنولوجيا، الإبداع كقاعدة للصناعة وثقافة المعرفة". نقلا عن: كاثلين مايلز- واشنطن بوست، ((الألفية الجديدة لمعرفة التنمية العربية))، ترجمة جريدة الصباح الجديد، ع١١٨٠، الخميس٣/ تموز/ ٢٠٠٨م.



هدف واحد** "إقامة مجتمع المعرفة"*، وتم تبني مفهوم شامل للمعرفة ومضمونه "جملة الأفكار والرؤى وطرق التفكير والأنماط السلوكية المكتسبة عبر أشكال التعلم الرسمية وغير الرسمية وكذا أشكال التثقيف الذاتي والخبرة العملية والحياتية"، ويفسح هذا التحديد مجالا واسعا لأشكال ومضامين العملية المعرفية ولدور كل من الاتصال الجماهيري والثقافة في عملية البناء المعرفي والتنمية الثقافية في المجتمع[(1)].

إذاً أصبح الإعلام الحديث سلطة ثقافية "إذا جاز التعبير" سلطة قادرة على إلغاء ثقافة وبناء ثقافة أخرى. هذا ما نلاحظه إذا تأملنا الواقع الإعلامي الجديد في العالم العربي، وتمكّنه من التوجيه لفكرة الثقافة الغربية وديمقراطيتها. فيمارس الإعلام العالمي اليوم دوراً توجيهياً واضحاً، بل دوراً تثقيفياً لكنه لا يمارسه في طريقة ديمقراطية ولا انطلاقاً من أسس علمية، لأنه يخضع لمنطق "السوق"، إذ أصبح المنطق "التسليعي"* يسري على المنتجات

---

* "نحو إقامة مجتمع المعرفة/ ٢٠٠٣م"، "الحرية الثقافية في عالمنا المتنوع/ ٢٠٠٤م"، "من مجتمع المعلومات إلى مجتمعات المعرفة/ ٢٠٠٥م"، "مجتمع الإعلام/ ٢٠٠٦م" *INFORMATION SOCIETY* الذي يفي بمعاني هذه الكلمة ولا يقلصها إلى محتوى واحد من محتويات هذا المجتمع: المعلومات. لأن المعلومات لا تفيد في شئ عندما نتناول موضوع التكنولوجيا التفاعلية وتطبيقاتها في الإذاعة والتليفزيون أو عندما نتطرق إلى موضوع الحكومة الالكترونية التي تستفيد من هذه التقنيات. صحيح أن المعلومات هي أحد المحتويات الرئيسة لهذا المجتمع الجديد، لكن ليست المحتوى الوحيد، فمصطلح الإعلام يشمل المعلومات، لكن المعلومات لا تحتوي على كل موضوعات الإعلام. تقرير الأمم المتحدة ٢٠٠٧م- ٢٠٠٨م، "اقتصاد المعلومات".

نقلا عن: www.unctad.org/ecommerce

* مجتمع المعرفة: هو "المجتمع الذي يقوم أساسا على نشر المعرفة وإنتاجها، وتوظيفها بكفاءة في جميع مجالات النشاط المجتمعي: الاقتصاد والمجتمع المدني والسياسة، والحياة الخاصة، وصولا للارتقاء بالحالة الإنسانية باطراد، أي إقامة التنمية الإنسانية. برنامج الأمم المتحدة الإنمائي"، تقرير التنمية الإنسانية العربية، ((نحو إقامة مجتمع.. مصدر سبق ذكره))، ص٢ ص٣.

(١) برنامج الأمم المتحدة الإنمائي"، تقرير التنمية الإنسانية العربية، ((نحو إقامة مجتمع.. مصدر سبق ذكره))، ص٢٧.

* التسليع *Commercialization*: "تحويل كل شيء مادي أو غير مادي إلى سلعة يمكن إنتاجها وتبادلها في السوق، وهي سمة مصاحبة للنمو الرأسمالي في نقد ما بعد الحداثيين".

ديفيد هارفي، ((حالة ما بعد الحداثة بحث في أصول التغيير الثقافي))، ترجمة: د.محمد شيا، بيروت، المنظمة العربية للترجمة، ٢٠٠٥م، ص٤١٧.

الثقافية، وتحولت الثقافة إلى **"ثقافة جماهيرية** مبسطة وموجهة للجماهير وسلعة كسائر السلع"، فألحقت بنظام السوق، وقانون العرض والطلب، وتهيمن عليه الايدولوجيا الجديدة التي يمكن اختصارها **"بالعولمة"**، وزادت من تفاقم الافتراق بين الثقافة الحقيقية، والثقافة الاستهلاكية، التي توحد اليوم جماهير العالم تحت عنوان الحداثة وما بعد الحداثة، مبتعدة عن الواقع العربي. وانتقل العالم العربي من مرحلة الاستهلاك إلى مرحلة **"التأثر"**، ولا يعلم احد كيف ستكون استجابته لمرحلة التأثر، لاسيما أن الإعلام العربي نفسه لم يستطع أن يصنع ثقافته.

ويستعرض الكتاب واقع برامج الفضائيات، لأنها ضمن تصنيفات الصناعات الإبداعية. فقد أسهمت القنوات الفضائية منذ أوائل التسعينيات في إبراز مشهد ثقافي وسياسي مثير، وأدخلت أنماطاً مستحدثة من الرؤى الثقافية، تتشكل بعيداً عن موروثات الثقافة العربية. وتحول الفضاء العربي إلى مجال تتنافس فيه إطراف عدة، فطرح إشكالية **"الصناعات الإبداعية أو الصناعات الثقافية"**، وخضوعها المتزايد لمتطلبات السوق الجديدة، التي رأت في الجمهور "سوق" ينبغي استثماره وإعادة تشكيل خياراته في مجال تأسيس أفكار وصور ذهنية جديدة.

ويواجه المجتمع العربي مجموعة تحديات ولدت انعكاساً في مجال البناء الثقافي، بسبب التحولات التي يشهدها العالم. ولهذا يجب تطوير صياغات جديدة من البرامج تسمح بإعادة ترتيب أولويات المجتمع العربي، وعندما تؤدي هذا الدور بشكل منتظم ينتج عنه، في الغالب، تحريض على تغيير الواقع لدى الجمهور، ليتمكن من المشاركة في المشهد الثقافي الجديد لعالم يشهد تحولاً إلى الاقتصاد المبني على المعرفة، **"الاقتصاد الذي حول**



الإنتاج المعرفي لمضمون الرسائل الاتصالية إلى تشكيل رقمي*، يمكن تسليعه لمرات غير محدودة، دونما نقصان(١).

إذ لم تعدّ الثقافة تراكم تلقائي في نطاق حركة المجتمع، بل "صارت نوعاً من الصناعة، وأصبح تصنيعها امراً قائماً وقيد التطوير المستمر، لتوفير القدرة على المنافسة، لهذه الصناعات إمام البث الفضائي الموجه ألينا من قبل "الشركات الليبرالية"*. ويتوجب أولاً تغطية سوقنا المحلية بالبرامج التي لابد إن يتوفر فيها ما يجعل الجمهور راغب بتلقيها، وايضاً الانطلاق للمنافسة العالمية. وقد ارتقت بعض تلك القنوات مثل قناة الجزيرة إلى مستوى العلامة التجارية المشهورة عالمياً ببرامجها(٢). والهدف من فتح الأسواق، وعقد شراكات مع الدول والشركات الرأسمالية، هو "المحافظة على خصوصيتنا، وفي نطاق تبادل تجاري متوازن للإنتاج

---

* الرقمي: وتعني "إسقاط الحواجز الفاصلة بين انساق الرموز من نصوص وأنغام وصور ثابتة ومتحركة، وتحويلها إلى سلاسل رقمية قوامها الصفر والواحد، لتتلاءم مع نظام الإعداد الثنائي أساس عمل الكومبيوتر. وتعد احد المطالب الفنية الأساس للمحافظة على تراثنا العربي ونتاجنا الفكري الإبداعي الحالي. وستزداد أساليب الرقمنة تعقيدا وكلفة، وربما نضطر، بسبب ذلك، إلى مقايضة بعض كنوز مضامين تراثنا مقابل حصولنا على خدمات الرقمنة تلك. وعلينا إن ندرك إن كل تراث لن تتم رقمنته، سيظل بمنأى عن المعالجة المعلوماتية الآلية، ليفقد بالتالي قيمته تدريجيا إلى إن يندثر تماما".

نقلا عن: د.نبيل علي، ((الثقافة العربية وعصر المعلومات - رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي))، الكويت، عالم المعرفة، ٢٠٠١م، ص٧٧ ص٧٩ .

(١) المصدر السابق نفسه.

* الليبرالية: هي "الإيمان بالفرد، وقدراته الكامنة وبحريته المباشرة والكاملة والقادرة على إطلاق تيار مشاريع ديناميه وسلسلة اعمال بناءة منتجة". د.نبيل علي، "مصدر سبق ذكره"، ص٤٢٠.

ومن أهداف الليبرالية، تحقيق تراكم مادي لانهاية له. فهي تعمل على تحفيز الإنتاج، وحالة لانهاية لها من تجدد الحاجات لدى المستهلكين. وان العولمة كما يرى كثيرون هي نتاج عصر النيوليبرالية التي توطنت في نهاية القرن الماضي. وتتميز بتأكيد اقتصاد السوق ومن دون ضوابط وقيم الاستهلاك وتنشيط الخصخصة وإزالة القوانين التي تحد من فتح السوق.

د.عبد الغني عماد، ((سوسيولوجيا الثقافة- مصدر سبق ذكره))، ص٢٧٤ ص٢٨٠ .

(٢) مجموعة مؤلفين، ((تقرير نظرة على الإعلام العربي ٢٠٠٧م – ٢٠١١م))، دبي، نادي دبي للصحافة وبرايس ووتر هاوس كوبرز، ٢٠٠٧م، ص١٥.

الإعلامي، بعيداً عن حالة التنميط الكوني للثقافة، فان شبكات الإعلام تقدم فرصة معرفية غير مسبوقة في التاريخ، وقد تشكل مشروعاً للارتقاء بنوعية حياة الإنسان"[1].

وإن أية تنمية "تطوير" رهينة بكيف نوظف الإعلام التوظيف الصحيح، وعدم تجاهل ما للإعلام من دور حيوي في تكوين المجتمعات الحديثة. وحسبما ورد في "تقارير التنمية الإنسانية العربية"، "انه على الرغم من هذا التطور في وسائل الاتصال إلا إن نسبتها لعدد السكان هي الأدنى في البلدان العربية"، كما "ويتميز الخطاب الإعلامي العربي بتدخل الحكومات لإغراض الدعاية السياسية إذ إن أكثر من ٧٠٪ من قنوات التلفزيون العربية هي تحت إشراف الدولة، فالمعلومات التي تبثها نادراً ما تحمل فائدة للناس مما لا يثري مخزون المعرفة لديهم، وعلى الرغم من التأخر في مجال الإعلام إلا إن التقرير يؤكد نجاح بعض الفضائيات العربية بإدخال مضمون جديد، لإنتاج وصناعة القيم والرموز والذوق"[2].

وقد استقبل العرب القرن الحادي والعشرين بإصدارات متتالية لتقارير التنمية الإنسانية العربية تلك التي ركزت على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية في عملية التنمية أولاً، وعلى الجوانب السياسية والحقوقية ثانياً. إما الجوانب الثقافية فقد عولج بعضها فقط عن طريق "نسبة نصيب المواطن العربي من وسائل الاتصال"، من دون دراسة مضامين البرامج التي يحتاجها الجمهور العربي، "التي تسهم في إعلاء قيم المعرفة والنقد والمراجعة وحوار الذات، وهي القيم التي ينطلق منها أي مشروع تنموي ثقافي. فالأمم الحية هي التي تراجع نفسها دون أن تنتظر من الآخرين أن يفكروا نيابة عنها، وتقع على عاتق الإعلام العربي مسؤولية أخلاقية بقدر ما هي مسؤولية مفكري ومثقفي الأمة العربية لكي يقدموا ما لديهم من رؤى وأفكار لتحقيق النهضة التي نتطلع إليها"[3].

---

(١) مجموعة مؤلفين، ((تقرير نظرة على الإعلام العربي ٢٠٠٧م – ٢٠١١م))، مصدر سبق ذكره.

(٢) تقرير التنمية الإنسانية ٢٠٠٢م، ((مصدر سبق ذكره))، ص٥٨ ص٥٩.

(٣) مجموعة مؤلفين، ((التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية))، بيروت، مؤسسة الفكر العربي، ٢٠٠٨م، ص٩.



وتكمن أهمية هذا الكتاب في أنّه يعنى بموضوعات العصر ومشكلاته وفي مقدمتها:

١- "عدّ الصناعات الإبداعية إعلاماً بديلاً"*؛ ويقصد به "الموقع الذي يمارس فيه النقد. ويولد أفكاراً وأساليب لها أهميتها التجارية بعد مدة من الزمن، وأيضاً طرقاً جديدة للتنظيم والتعاون والتدريب بين إفراد المجتمع. وربما الأكثر أهمية، يشير الى أن البديل يتناول الموضوعات الحساسة في الآليات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والتوترات بين السيطرة والحرية، وبين العمل والبطالة، وبين المعارضة والحكومة*، والتي تكون صيغ تعبير الصناعات الإبداعية تفسيراً لها، ومن ثم يتضاءل البديل الى إن يصبح نمطاً، للاتصال الجماهيري[1]".

٢- إعطاء الأولوية للإعلام للاسهام في إحداث التغييرات على الصعيدين المحلي والعالمي، والتي، "أصبحت تعني اليوم مراقبة "السلطة اللامادية" التي ترسم اليوم الحدود: حدود المجال الاقتصادي السياسي قصد الهيمنة على الاقتصاد والأذواق والفكر والسلوك. فتحولت الصناعات الثقافية "الإبداعية" الى مصدر هائل للثروة[2]".

---

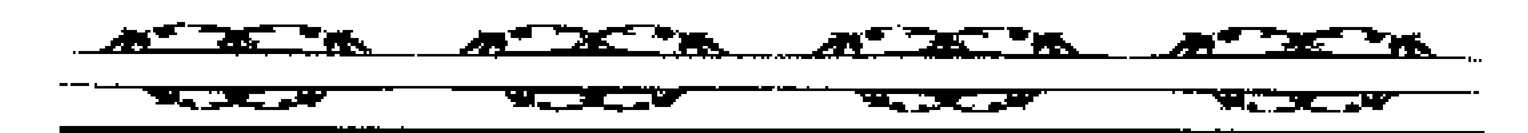
* سيتم مناقشة الفقرة الأولى من أهمية الموضوع في الفصل الثاني/ المبحث الثاني، لانها متعلقة بالبحث.

* "جاء التعبير عن الحركات الاجتماعية الجديدة التي أعقبت الحرب العالمية الثانية عبر الموسيقى الشعبية، وبدأت بموسيقى البلوز، وهو الشكل الذي بدأت تجمعات أوسع التعرف عن طريقه على رد الفعل الافرو- امريكي على الاضطهاد، وتطلعه إلى الحرية. وفيما بعد انتظمت مشاعر الأمريكيين المعادين للحرب في فيتنام حول موسيقى الروك، والعروض الموسيقية الحية، كنوع من الاحتجاج السياسي، عبر الاستهلاك الشخصي بغرض التسلية "يبيع ملايين من اشرطة الكاسيت المسجلة والاسطوانات، في إطار ثقافة للتذوق وغالبا ما يتذكر عام ١٩٦٨م بعده الحد الفاصل في هذا السياق، إذ شهد هذا العام الصدام بين الشباب، والموسيقى، التي فجرها استهلاك أغاني البوب المنتجة تجاريا، والتي يمكن أن تغير العالم سياسيا. وكانت الحركات الاجتماعية تتعرض للتجاهل أو الاضطهاد من قبل السياسات السائدة. ولم تجد فرصة التعبير إلا في المجال الخاص للهوية والتكوين الذاتي". نقلا عن: جون هارتلي وآخرون، ((الصناعات الإبداعية))، مصدر سبق ذكره، ص١٤٤ص١٤٥.

(١) المصدر السابق نفسه، ص٧٢ص٧٣.

(٢) د.محمد عابد الجابري وآخرون، ((العرب والعولمة- بحوث ومناقشات الندوة الفكرية التي نظمها مركز دراسات الوحدة العربية))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط٢، ٢٠٠٠م، ص٣٠٠.

هناك تداخل بين مفهوم الصناعات الثقافية والصناعات الإبداعية، ومن الممكن إن يحل المفهوم الأول محل الثاني والثاني محل الأول، والتفاصيل في الفصل الثاني/ المبحث الثاني.



وأصبحت الصناعات الإبداعية التي تتعدد تعريفاتها، عنصرا مهما في تكوين الاقتصاد. "قدر صافي عائدات الصناعات الإبداعية "حقوق النشر" **الأمريكية ب٧٩١,٢ بليون دولار أمريكي، وهو ما يعادل ٧,٧٥٪ من إجمالي الناتج القومي، ويعمل بها حوالي ٨ ملايين عامل**"[1].

ويشكل الاتصال الجماهيري عاملاً مهماً في تطوير المجتمع ونقله من حال إلى أخرى محدثة تحولاً في بنائه المعرفي والثقافي، ولكن لكي يحدث التطوير، لا بد من أن يصاحبه تغيير في "**الذهنيات والعقليات**"* وفي البنية الثقافية ككل حتى يتم التأقلم مع الأوضاع الجديدة.

وبالمقابل كل ما يطرأ من تبدل قيمي أو مفاهيمي "ايجابي" يحدث تغييراً في الممارسات السياسية والاجتماعية والاقتصادية تؤثر في بناء المجتمع العربي. وتشكل تكنولوجيا الاتصال البنية التحتية لصياغة ونشر ثقافة تفرض قيمها ومفاهيمها وإيديولوجياتها* بهدف ضبط السلوك الإنساني بما يتلاءم مع النظام السياسي والاقتصادي العالمي الجديد، أي عوامل إنتاج معرفي.

أولا: مدخل الاتصال الجماهيري ونظرياته

يختلف توصيف الأطر النظرية لعلم الاتصال، فيرى البعض أنها نماذج، ويرى البعض الآخر أنها مداخل، ويرتقي البعض بها إلى درجة النظريات، وغالبا تستعمل الدراسات هذه الاصطلاحات "بصفتها مرادفات"، ولكن أكثر الدراسات

---

(١) جون هارتلي، ((الصناعات الإبداعية))، مصدر سبق ذكره، ج١، ص٨.

* الذهنيات: هي "الغلاف المفاهيمي والمعرفي الشامل الذي يغطي صور وأحكام وتصورات وتصرفات شعب معين "ذهنية العرب، أو الانكليز ...الخ".

* الايديولوجيا: أول من استعملها الفيلسوف الفرنسي ديستوف دي تراسي وعنى بها "علم الأفكار"، لم يحتفظ بالمعنى اللغوي بل حمل مضامين أخرى، "نظام من الأفكار مرتبط بالتصور أكثر من ارتباطه بالواقع الفعلي، ومجموع الاتجاهات والسمات التي تسود في جماعة معينة. وللأفكار الإيديولوجية صفة تبريرية أكثر منها تفسيرية وهي في تفسيرها لا تبرز حقائق بل تسترها أو تحرفها بكيفية تظهرها دائما مطابقة لما يعتقد انه الحق وفق مصالح جماعة معينة. وهكذا يتعارض الفكر الإيديولوجي مع الفكر الموضوعي الذي يخضع للمحيط الخارجي".
د.عبد الله العروي، ((مفهوم الايدولوجيا))، الدار البيضاء، المركز الثقافي العربي، ١٩٨٠م، ص٩ص١٠.



استعملت المدخل تعبيرا عن الأطر النظرية في تفسير عمل وسائل الاتصال، وذلك لاعتبارات عدة:

١- يشير مصطلح المدخل إلى "نظرية لم تستقر بعد، وذلك كي يتمكن الباحثون من الرجوع إليها في أي وقت وأي مجتمع لتفسير العلاقات القائمة بين متغيرات ظاهرة ما، ويعد الاستقرار صعبا في العلوم الإنسانية، لأن موضوعها الإنسان وهو متغير بطبعه"[1].

وتعد الدراسات التي تتطلب إخضاع الإنسان لطرق البحث العلمي معقدة "ليس لأن الطرق البحثية ليست كفء، بل لأنه يتعذر إخضاع الإنسان للمنهج التجريبي، لأنه ما إن يحس انه موضع ملاحظة الآخرين حتى يتصنع في سلوكه ويعود إلى طبيعته الزئبقية"، وتختلف الأحكام التي تصل إليها المداخل باختلاف المجتمعات، فما ينسحب على المجتمعات المتقدمة لا ينسحب على المجتمعات النامية[2].

٢- تتسم بحوث الاتصال "بالاعتماد على عمليات تصورية قد تنحاز لأحد جوانب الظاهرة مهملة بذلك جوانب أخرى، فيصعب الوصول إلى مرحلة النظرية"[3].

٣- لا يوجد في الوقت الحاضر أمر نظري ثابت نسبيا، يمكن أن نطلق عليه "نظرية الاتصال الجماهيري"، ولكن توجد توقعات عن الطريقة التي يحدث بها الاتصال وتأثيره، وتساعد النظريات على توجيه البحث العلمي، لأنها تجسد بشكل فاعل تطبيقات وسائل الاتصال في المجتمع. وهناك علاقة بين نظريات الاتصال وفلسفتها، "فتبحث فلسفة الاتصال في العلاقة الجدلية بين الاتصال وتطبيقاته في المجتمع، أي تحليل التفاعل بين أسس الاتصال كعلم وبين ممارسته الفعلية في الواقع الاجتماعي. واستعمال مصطلح النظريات كان في مجمله انعكاسا للحديث عن أيديولوجيات ومعتقدات اجتماعية واقتصادية أو الحديث عن العملية الاتصالية "مرسل، مستقبل، ووسيلة، ..."[4].

(١) حسن علي محمد، ((نظريات الاتصال المعاصرة غربية وعربية))، القاهرة، دار البيان، ٢٠٠٢م، ص٥١.

(٢) د. هادي نعمان الهيتي، ((الاتصال الجماهيري المنظور الجديد))، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، ١٩٩٨م، ص٧١.

(٣) حسن علي محمد، ((مصدر سبق ذكره))، ص٥٥.

(٤) المصدر السابق نفسه، ص٣٧.



ثانيا: الاتصال الجماهيري وتأثيرات الواقع الإعلامي

ينبغي الاقتراب من مفهوم الواقع من مصادر عدة*. "فترمز القواميس اللغوية إلى هذا التعبير بما حدث وثبت، ومنه: وقع، يقع، وقوعا، وما يتبع ذلك من اشتقاقات تتنوع في المعنى كلما تنوعت في التفرعات التي تتأتى منها[1]. ويدخل في سياق ذلك "الواقعة" التي وردت في قوله تعالى: ((إذا وقعت الواقعة)) [2]، أي إذا قامت القيامة التي لابد من وقوعها، وسميت كذلك لتحقق وقوعها، كما ورد في تفسير محمد علي الصابوني[3].

ويرمز مفهوم الواقع: "إلى ما حدث وثبت، ويرتبط عادة بالملموس، أي الشيء الذي يمكن معاينته بصفة مجسدة"، أو هو "ما لا يمكن التعبير عنه إلا عن طريق معايشته، وهو في جوهره معنوي[4]".

"ولايمكن التعبير عن الواقع كلية كما هو في الواقع بحكم إن مؤسسة اللغة لا تقدر على استيعاب الواقع، لأنها محدودة في إمكاناتها التعبيرية، إذ إن عدد الألفاظ في أي لغة محدد، ومجرد في الوقت نفسه، فالألفاظ واسطة إلى حقيقة الواقع أو تبليغ عنه[5]".

"وينتمي الاعلام الى المجال الرمزي، اذ يعبر عن الواقع باللغة والصورة والصوت، فالاعلام ليس الواقع ذاته وانما هو تعبير عنه، وينظر الى الاعلام بوصفه

---

* ترى الواقعية في الفلسفة "إن وجود الأشياء لا يتوقف على إدراك العقل إياها، فهي موجودة سواء أدركها أو لا يدركها". إما في الأدب "تقديم الحياة بصفة واقعية دون الإغراق في المثاليات".

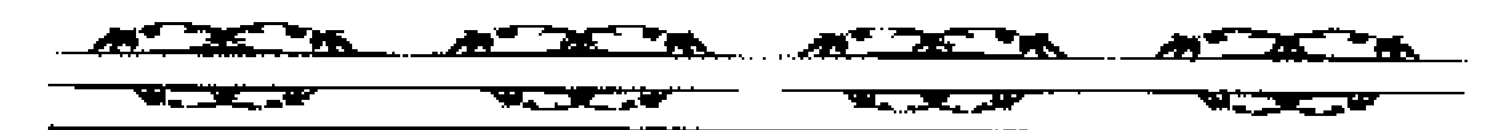
(1) د.عبد الرحمن عزي، ((دراسات في نظرية الاتصال... مصدر سبق ذكره))، ص١٧.

(2) القرآن الكريم، ((سورة الواقعة))، الآية ١.

(3) محمد علي الصابوني، ((صفوة التفاسير- تفسير القرآن الكريم))، بيروت، دار القرآن الكريم، ١٩٨١م، مج٢، ص٣٠٥. نقلا عن: د.عبد الرحمن عزي، ((دراسات في نظرية الاتصال ... مصدر سبق ذكره)).

(4) المصدر السابق نفسه، ص١٩.

(5) لبجيري نور الدين، ((مدخل إلى نظرية الإعلام والحتمية القيمية - القيم كمنهج لدراسة وتأطير الظاهرة الإعلامية))، الجزائر، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، ٢٠٠٤م، ص٣.



رأسمالاً رمزياً يضاهي الرأسمال المادي والسياسي والثقافي"، ويكون هذا الأمر الأساس في جعل الرأسمال الرمزي مجال استقطاب أو تنافس. وتتم مقاربة هذا الرأسمال بأبعاده القيمية والاجتماعية، ويكمن القيمي في دراسة الرأسمال الرمزي في ضوء العلاقة مع الانواع الأخرى من الرأسمال، واهمها الرأسمال القيمي، واما الاجتماعي، فيخص الأبعاد الاجتماعية التي يتأسس عليها الرأسمال الرمزي، سواء تعلقت بالنص أو بالمتلقي[1].

ويعدّ بيار بورديو من أوائل الذين سعوا لاعطاء الرأسمال الرمزي بعداً اجتماعياً في سياق نظريته المسماة "الحقل"* التي عنيت بظاهرة الانتاج الثقافي. وقد استخدم مفهوم "الرأسمال الرمزي"، أي "**يمكن صرفه ماديا، ان صح التعبير، ويمكن تحويل الاستثمار في الرأسمال الرمزي الى رأسمال مادي بعد ذلك**"، وعدّه فرعا من الرأسمال الثقافي ومكملا للرأسمال الاقتصادي والسياسي. وميز بين الرأسمال الاقتصادي والثقافي، فيتسم مجال السلطة بمستوى عال من الرأسمال الاقتصادي***Capital-economic"+CE"*** ومستوى محدود من الرأسمال الثقافي ***Capital-cultural"-CC"***. ويتصف مجال الانتاج الثقافي بمستوى محدود من الرأسمال الاقتصادي**"-CE"**ومستوى عال من الرأسمال الثقافي**"+cc"**. ويكون التنافس بين "السلطة والانتاج الثقافي" والفضاء الاجتماعي العام[2].

---

(1) د.عبد الرحمن عزي، ((ثورة الصورة.. مصدر سبق ذكره))، ص٩٦.

*** ينقسم مجال الانتاج الثقافي في هذه النظرية على فرع يخص الانتاج على نطاق واسع "جماهيري" ويتميز بمستوى عال من الرأسمال الاقتصادي "+CE"**ومستوى محدود من الرأسمال الرمزي الخاص Capital-Symbolic, Specific "CSs-". أما الفرع الآخر فيتعلق بالانتاج الثقافي على نطاق ضيق، ويتصف بمستوى محدود من الرأسمال الاقتصادي "-CE" ومستوى عال من الرأسمال الرمزي الخاص "+CSs". **وتقوم النظرية بتجزئة الانتاج الثقافي الضيق بدوره الى مجال ذي مستوى رمزي محدود "-CSs" ومن ذلك انتاج الفن من أجل الفن، وآخر ذا مستوى رمزي عال"+CSs" ويخص النخبة المبدعة. وفي هذا السياق، يتسم الانتاج الثقافي على النطاق الواسع بدرجة محدودة من الاستقلالية، في حين يكون الانتاج الثقافي على النطاق الضيق على مستوى عال من الاستقلالية.**

نقلا عن: http://www.chez.com/sociol/socionouv/consstrubourdieu.htm

(2) د.عبد الرحمن عزي وآخرون، ((ثورة الصورة ... مصدر سبق ذكره))، ص٩٨.

"واتسم الرأسمال المادي، تاريخيا، بالطابع السياسي الاقتصادي الذي يشكل بنيته الأساس، فاحتاج الى بنية ثقافية او أيديولوجية تبريرية مكملة تمثلت في الرأسمال الرمزي. وادى بروز الرأسمال الاقتصادي الى تحول الاعلام الى ظاهرة تجارية"، وبمعنى آخر، فان هناك علاقة تأثير وتأثر ملازمة تاريخيا بين الرأسمال السياسي والرأسمال الاقتصادي من جهة والرأسمال الرمزي من جهة أخرى، في اتجاه التكامل.

أما كيفية تعامل الجمهور العربي مع وسائل الاتصال "الواقع الإعلامي"، فتسمى العملية "المخيال الإعلامي المجسّد" عند دراسة الواقع ويعرف: بأنه "حالة تتضمن المشاعر النفسية الاجتماعية التي تتكون بفعل ما يتعرض له الجمهور العربي من محتويات وسائل الاتصال من جهة، وبفعل ما يحمله هذا الجمهور من مخزون تراثي وأسطوري من جهة أخرى""الواقع"، ويعكس أيضا تعبير المخيال "نمطا من التصور الذي هو في طور التكوين، ومن ثم لا يمكن تحديد طبيعته ومراحل تطوره بسهولة، إذ تتداخل فيه الذاكرة التاريخية بصورة مشوهة، بفعل تخلف الوطن العربي"، ولهذا يجب أن تسعى وسائل الاتصال إلى تحقيق "عملية المخيال" لأنها ذات طبيعة متميزة، لاسيما في المجتمع العربي، وان لا ترتبط بنسق إيديولوجي معين، "كمثل الإيديولوجية التي تقوم على مبدأ تبرير الواقع" كما انه لا يمتثل لمثالية تسعى إلى تجاوز الواقع، بل "نسيجاً من القيم الأسطورية الراسخة في شعور الإنسان العربي ولاشعور، والقيم المصنعة الواردة عبر وسائل الاتصال[1]".

ويعدّ الواقع والخيال ثنائية في الاتصال الجماهيري الحديث، ويقصد بالخيال في العملية الاتصالية: هو "ما يبتعد عن الواقع من اجل أن يقترب منه". ويكون "الاتصال نظاماً مخيالياً في أدائه ايجابيا عبر رسائل ثقافية وفنية، فالايجابي: هو ما يدفع بالواقع إلى الخيال"، وتتمثل هذه الوظائف فيما يلي[2]:

---

(١) د.عبد الرحمن عزي، ((دراسات في نظرية الاتصال ... مصدر سبق ذكره))، ص٦٩.

(٢) د.عبد الرحمن عزي، ((دراسات في نظرية الاتصال ... مصدر سبق ذكره))، ص٢٦ص٢٧.



١- يوفر "النظام المخيالي" للاتصال المكان الذي يأوي الجمهور حين تشتد ضغوطات الواقع.

٢- رؤية الواقع من زاوية موضوعية منفصلة عن الذاتية.

٣- يُسهم في أغناء التجربة الإنسانية وإثرائها، ومن ثم الارتقاء بها إلى ما هو أعلى من الواقع، لمعايشته "عوالم مخيالية"* ومنها الإعلام، ليس بالإمكان اكتشافها في الواقع.

٤- يسُهم "النظام المخيالي"* في التنشئة الاجتماعية، ويدخل في سياق عملية تقمص شخصية الآخرين، وثم تغيير الواقع، لأنها تدخل تصورات لم تكن في متناول الواقع من قبل.

٥- نقد الواقع بشكل التضمين، أي اللجوء إلى "التلميح" واستعمال ما هو غير مباشر ضرورة عندما يكون النقد المباشر غير مسموح به. ونجد أن "**ما لا يمكن التعبير عنه "مواقف معينة" أي قد يتحول إلى مخزون في اللاشعور الفردي والجمعي، ويجد له منافذ عن طريق الرواية، النكت، الإشاعة ... الخ، فتساهم هذه المخيالات في عملية التنفيس وتجنب مضار تدخل المؤسسات الرسمية**[1]".

٦- تغيير الوضع عن طريق مغايرته، فتدخل "**الأنظمة المخيالية**" تصورات ومفاهيم وألفاظا لم تكن في متناول الوضع من قبل.

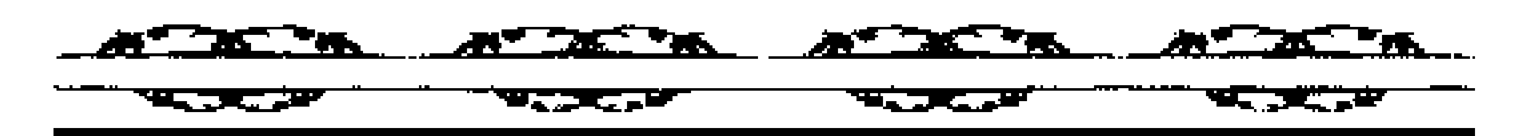
ويعدّ هذا "المخيال" سلبيا إذا عمد إلى "**توظيف المخيال للواقع**"، أي "**إذا ارتبط بنسق إيديولوجي معين يقوم على مبدأ تبرير الواقع**" أي ترسيخ وضع غير سويّ أصلا وتثبيته[2]. وتتمثل الأدوار السلبية فيما يأتي:

---

* وتبقى هذه العوالم قائمة بصفة أكثر متانة وترسّخا في كل من المكتوب والاتصال الشفوي، إذ إن الوسائل السمعية- البصرية بحكم برامجها والاحتكار الذي يميزها مالت إلى النمطية ومن ثم ضآلة التنوع على مستوى "المخيالات" وانعدام إمكانية الاغناء والارتقاء.

(١) د.عبد الرحمن عزي، ((دراسات في نظرية الاتصال ... مصدر سبق ذكره))، ص٢٩.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص٦٩.



١- تسويغ "تبرير" الواقع القائم في خدمة مصالح ضيقة بتوظيفها في الخطاب الإعلامي، وهذه المصالح مادية في أصلها، ومعنوية فيما يلاحقها من امتيازات[1].

٢- المراقبة الذاتية والاجتماعية وجعل الجمهور المتلقي غير ناقد للواقع الذي يتواجد فيه، ومنع الجمهور من إمكانية تغيير الواقع.

٣- وضع الجمهور في قالب الأحادية والنمطية والاستهلاكية، ويرد عبر الإعلان أو عما يرد في محتويات البرامج والأفلام، بترويج سلع تجارية وأفكار تحمل قيما متماثلة تقوم على النمطية مرتبطة بنمط معيشي معين. **"ويصبح الجمهور يفكر بصفة متماثلة، ويسلك سلوكا شبه موحّد، ويقضي تدريجيا على الثراء والتنوع الثقافي والحضاري الذي يميز جماعات تتنوع في اللغة والتجربة"[2].**

وتكمن الفكرة، إذا تمكنت وسائل الاتصال الجماهيري من توجيه اهتمامات الجمهور لقضايا دون أخرى، فمن المؤكد أن للرسائل القدرة في التأثير سلبا أو إيجابا في الجماهير*. وتأثير وسائل الاتصال في عملية "تحديد معالم الوضع"، يعدّ جوهر عملية التعريف بالواقع *Defining the situation*، وتعتمد أهمية هذه العملية على المقولة المشهورة لعالم الاجتماع ثوماس *W.I.Thomas*: "إذا تصور الناس أوضاعهم على أنها حقيقة فإنها ستكون حقيقة من وجهة نظرهم وستترك آثارا حقيقية عليهم"[3].

ويمكن أن يعمل الاتصال الجماهيري على تفعيل الطاقات المتوافرة لدى الإنسان ويوجهها للبناء والإبداع في إطار "تطوير القديم وإحلال الجديد من قيم

---

(١) المصدر السابق نفسه، ص٣٠.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص٣١.

* يستند الكتاب على هذه الفكرة، هل تتمكن الصناعات الإبداعية "الإعلام البديل" من تحقيق هذه الفكرة، في أهم صنف من تصنيفاتها "برامج الفضائيات".

(٣) دنيس مكويل، ((الإعلام وتأثيراته - دراسات في بناء النظرية الإعلامية))، ترجمة: عثمان العربي، ١٩٩٢م، ص١٩١. لم يذكر الكاتب أي معلومات عن مصدر اقتباس مقولة ثوماس.

وسلوك، وزيادة مجالات المعرفة للجمهور، وازدياد قدرتهم على التقمص الوجداني وتقبلهم للتغيير، وبهذا فإن الاتصال له دور مهم، ليس في بثَ معلومات، بل تقديم شكل الواقع، واستيعاب السياق الاجتماعي والسياسي الذي توضع فيه الأحداث[1].

ولا تعدّ مشاهدة التلفزيون بديلا عن العيش في مجتمع متمدن، لان تجربة الإنسان المباشرة في الكون الصغير، تتجسد في الكون الكبير المؤلفة من بنيات أكثر اتساعا، حيث علاقات الفرد مع الآخرين، يمثل كلاهما ضرورة للإنسان. **"ويسهم الاتصال الجماهيري في بناء الواقع الاجتماعي مع الفعاليات الاجتماعية الأخرى، ويقضي هذا بأن يتمكن كل مصدر على حدة من صنع جزء من المعارف التي تسمى واقعا اجتماعيا[2].**

وتأثير التلفزيون في عملية بناء الواقع الاجتماعي، هو أمر معقد وغير مباشر، ويعمل بتفاعل مع عناصر شديدة التنوع. ويمكن الإشارة إلى خمسة مستويات مترابطة بين الاتصال الجماهيري وتلك العناصر[3]:

١- كفاية الإفراد في التعاطي مع المعلومات والقيود المعرفية.

٢- الوعي النقدي لدى الجمهور في مشاهدة التلفزيون.

٣- التجربة المباشرة ومصادر أخرى تؤكد أو تنفي الرسائل التلفزيونية.

٤- التأثيرات ذات الطبيعة الاجتماعية البنيوية.

٥- "صيرورة"* الوعي المرتبطة بمضامين مختصة ويتعرض انتقائي، لا تعرض عام. ولا ينفي ذلك قوّة تأثير الاتصال الجماهيري، **"ولاسيما في زمن أصبح فيه انتشار البث الفضائي يخوله فرض تمثيل واقع اجتماعي يمتد إلى كل**

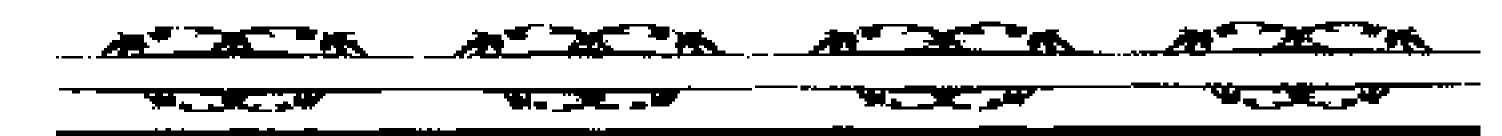
---

(١) د. مي العبد الله، ((الاتصال والديمقراطية))، بيروت، دار النهضة العربية، ٢٠٠٥م، ص٢١ .

(٢) R. Dahrendorf ,Reflections on the Revolution in Europe ,Ed.Chatto and Windus,London,1990,p. 117.

(٣) د.فريال مهنا، ((علوم الاتصال... مصدر سبق ذكره))، ص٢٦٠.

* صيرورة **Becoming** : هو انتقال الشيء من حال إلى حال، أي التغير والحركة. ديفيد هاريف، ((مصدر سبق ذكره))، ص٤١٩



أرجاء العالم، ويعرضها بتكرارية لا محدودة وبدرجة عالية من الكفاءة التقانية والمهنية[1].

ثالثا: نظريات الدور*

طور علماء الاتصال عددا من النظريات التي تمثل نقطة الارتكاز للبحث، ومن هنا نستعرض عدد من النظريات وفي مقدمتها:

- نظرية الغرس ***Cultivation Theory***

تعدّ نظرية الغرس تصويرا تطبيقيا للأفكار المختصة بعمليات بناء المعنى، والتعلم من الملاحظة. "**وتؤكد الفكرة العامة التي تجتمع حولها نظريات الدور، قدرة وسائل الاتصال في التأثير على معرفة الأفراد وإدراكهم للعالم المحيط، لاسيما للأفراد الذين يتعرضون إلى هذه الوسائل بكثافة كبيرة، وانتقائية**[2]".

وتتمثل قوة التلفزيون في الصور الرمزية والمحتوى الدرامي التي يقدمها عن الحياة الحقيقية. ويصعب رصد تأثيره المباشر، فهو "**يقوم أولا على التعلم ثم بناء وجهات النظر حول الحقائق الاجتماعية التي يمكن النظر إليها كعملية تفاعل بين الرسائل والمتلقين**". وتعود البدايات الأولى لهذه الأفكار إلى جورج جيربنر: "**ويعدّ التلفزيون قوة مسيطرة في تشكيل المجتمع الحديث**"، ووضع عن طريق هذه الدراسة مشروعه الخاص بالمؤشرات أو المعالم الثقافية ***Cultural Indicators*** عبر ثلاثة عناصر هي[3]:

١- العمليات المؤسسية الكامنة وراء إنتاج محتوى الاتصال.

٢- الصور الذهنية التي ترسمها وسائل الاتصال.

---

(١) د. فريال مهنا، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٦٣.

* الدور: نمط من السلوك المتوقع من قبل فرد أو جماعة أو مؤسسة أو عمل معين ما، عن طريق موقف معين، لصالح المجتمع.

(٢) د. محمد عبد الحميد، ((نظريات الإعلام واتجاهات التأثير))، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٧م، ص٢٦٢.

(٣) د. محمد عبد الحميد، ((البحث العلمي ... مصدر سبق ذكره))، ص٦١.

٣- ثم العلاقة بين التعرض إلى الرسائل التليفزيونية ومعتقدات الجمهور وأنماط سلوكه.

وتعدّ نظرية الغرس "أن التلفزيون يشكل عاملا في التكيف الاجتماعي، وتقوم البيئة الثقافية بأدواتها، بعملية الاكتساب والبناء للمفاهيم والرموز الثقافية للمجتمع، ومن هذه الأدوات وسائل الاتصال الجماهيري التي تحتل مكانا بارزا في عالمنا الثقافي بأدوارها". وترتكز نظرية الغرس على اعتبارات أساس أسلوباً للدراسة[1]:

١- تشكل الرسائل التلفزيونية نظاما متماسكا يعبر عن اتجاه الثقافة السائد.

٢- تحليل نظم الرسالة التلفزيونية يقدم دليلا على عملية الغرس. وتتم عملية التحليل باستعمال أسئلة المسح، لأنها تعكس ما تقدمه برامج التلفزيون في رسائلها بعدّها أفكارا للغرس، لجماعات كبيرة من المشاهدين على مُدد طويلة.

٣- تساعد المستحدثات التكنولوجية في زيادة قدرة الرسائل التليفزيونية، وفي تدعيم عملية الغرس، للمجتمعات الساعية للتقدم، ومناقشة قضايا الثقافة، لغرس المعاني التي تسهم بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في مراحل التغيير الفكري.

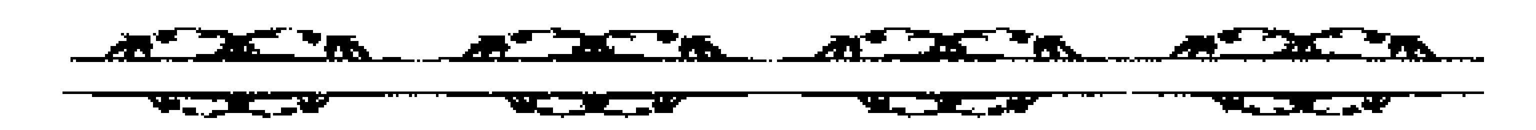
- ***نظرية ترتيب الأولويات*** * ***- وضع الأجندة -*** ***Agenda Setting*** يرتكز مضمون النظرية في "تأثيرها المعرفي حول دور وسائل الاتصال في تحديد سلم الأولويات، بوجود علاقة ايجابية بين ما تؤكده وسائل الاتصال في رسائلها، وما يراه الجمهور مهما. وتقوم وسائل الاتصال بهذا المعنى بمهمة تعليمية[2]".

---

(1) د. محمد عبد الحميد، ((نظريات ..... مصدر سبق ذكره))، من ص٢٦٦ إلى ص٢٦٩ .

* لقد قام بصياغة هذا المصطلح الباحثان" مكومبس وشو١٩٧٢"، عند دراستهما الحملات الانتخابية.

(2) د. صالح خليل أبو أصبع، ((الاتصال الجماهيري))، عمان، دار الشروق، ١٩٩٨م، ص٢١٩.



ويصعب أن يسيطر الجمهور على "**الأنشطة الانتقائية**"* للوسائل الجماهيرية، لاختيار الموضوعات المحتملة للعرض، أو اختيار ما يتوافر من معلومات حولها. فضلا عن ذلك تعرض الوسائل معلومات حول موضوعات واسعة، ولكن بالمقابل لا يملك الناس الوقت لتكوين اتجاهات ومعتقدات حول كل شيء، إذ عليهم اختيار عدد محدود من الموضوعات التي يهتمون بها، في ضوء تحديد سلم الأولويات(١).

ويحدد معظم الجمهور سلم أولوياتهم بالاستناد إلى تنشئتهم الاجتماعية وخبرتهم السابقة وبناء شخصيتهم. فتحديد سلم الأولويات هي: "**عملية تفاعل داخلية إذ يتم انتقاء هذه الموضوعات من قبل الوسائل الجماهيرية لعرضها على الجمهور، وتجمع المعلومات حول هذه الموضوعات وتنشر بشكل انتقائي أيضا، عندئذ ينتقي الجمهور ما يثير اهتمامه من هذه المعلومات وفقا للفروقات الفردية في تكوينه ولمكانته في الطبقات الاجتماعية**"(٢).

وتتمثل وظيفة ترتيب الأولويات، عملياً "**بصفتها وظيفة تأثيرية لوسائل الاتصال فهي تساعد في صنع الثقافة السياسية للجمهور، وتربط بين تصور إدراك الناس للواقع السياسي وبين الشؤون والاهتمامات السياسية اليومية**". ولها دور اجتماعي، "**بتحقيق الإجماع حول بعض الاهتمامات عند الجمهور، وتترجم فيما بعد بعدّها رأياً عاماً**".ويتعلق الأمر المهم، بدور الاتصال الجماهيري في "**تشكيل الحوار حول القضايا السياسية وأهميتها للعملية الديمقراطية في المجتمعات العربية، وتطوير العلاقة بين الاتصال الجماهيري والجمهور ورجال السياسة**"(٣).

---

* **الانتقائية** لدى الجمهور: Electism سمة عامة لفكر ما بعد الحداثة، إذ يجري الأخذ من مصادر مختلفة لتكوين أشكال أو آراء أو صور، من دون شرط التماسك المنطقي أو التبرير العقلي.

(١) مِدي فلور – س. بال روكاخ، ((نظريات الإعلام))، ترجمة: د. محمد ناجي الجوهر، اربد، دار الأمل، ١٩٩٤م، ص٢٥٦.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص٢٥٧.

(٣) د.صالح خليل أبو إصبع،((الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة))،عمان، دار مجدلاوي، ط٥، ٢٠٠٦م، ص١٤٧.



ويتأثر ترتيب الأولويات بمجموعة من المتغيرات المختصة بطبيعة القضايا من كونها ملموسة **Concrete** "أي يكون للجمهور خبرة مباشرة بها" مثل "تكاليف المعيشة، والبطالة، الجريمة"*، وخلص زوكر وبلود* **Blood,Zucker** إلى وجود تأثير كبير لوسائل الإعلام على القضايا الملموسة[1]، أم مجردة **Abstract** أو غير ملموسة مثل "التلوث، والمخدرات، والطاقة"، وتساعد بعض العوامل على إثارة الاهتمام ببعض القضايا مثل، درجة فضول الجمهور للقضايا، وأهمية القضايا، والخصائص الديموغرافية للجمهور، ومدى استخدام الاتصال المباشر، وتوقيت إثارة القضية، ونوع الوسيلة المستخدمة، والمدى الزمني المطلوب لإحداث التأثير، وذلك عن طريق تحليل دراسات ترتيب الأولويات في أثناء المدة من ١٩٧٧م حتى ١٩٩١م[2].

- ***نظرية دور وسائل الاتصال على خلق آراء عن الموضوعات الجديدة***

قال جوزيف جوبلز وزير الدعاية في ألمانيا النازية: "**إن من يقول الكلمة الأولى للعالم على حق دائماً**". وقد عبر بذلك في وقتها عن إيمانه بأن وسائل الاتصال شديدة الفاعلية في خلق اتجاهات عن الموضوعات الجديدة التي تظهر أو تثار[3].

واقترح الباحث الأمريكي روزا، أن "**تعد الأفلام التي تحث على التسامح العنصري فعالة بشكل خاص بين الأطفال الذين لم يفكروا بعد في هذا الموضوع. وتكون لوسائل الاتصال فاعلية، تجعلنا نعتقد أن قدراتها في أوقات الأزمات وعدم**

---

* يختلف الباحثون بشأن تحديد نوع القضايا الملموسة، يرى زوكر ان الجريمة قضية ملموسة، يرى ويفر انها قضية غير ملموسة.

*أشارت دراسة ياجاد، دوزير، ودراسة ويفر وزملاؤه عكس افتراض دراسة زوكر وبلود.

Yagada, A. & Dozier, D. (1990) "The Media Agenda-setting Effects of Agenda-Setting Concrete Versus Abstract Issues"JournalismQuarterly,Vol.67,No.1,PP.3-9.

نقلا عن: د.حسن عماد مكاوي، ((نظريات الإعلام))، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩م، ص١٩٥.

(١) المصدر السابق نفسه، ص١٩٤.

(٢) McCombs, M. E. ((Explorers and Surveyors: Expanding Strategies Agenda Setting Research,JournalismQuarterly)),1992,pp.813-824

(٣) Klapper (1963)The Effects Of Mass Communication pp. 53-61



الاستقرار الاجتماعي كبيرة". والفرص كبيرة، في هذه الظروف، ليس فقط لتدعيم الأفكار الوطنية، ولكن لتقديم الموضوعات التي لم يعطها الجمهور اهتماما من قبل، أو لم يهتم بها سوى اهتماماً بسيطاً، لاسيما وانه في ظروف التغيير الاجتماعي والسياسي يزداد عدم اليقين ويزداد احتمال تعرض الفرد للمعلومات التي تزيد يقينه[1].

- ***نظرية انتشار المبتكرات Diffusion of Innovations***

ظهرت في السنوات الأخيرة من الخمسينيات والستينيات، عندما ذهب عدد من الباحثين إلى الأخذ بفرضية تدفق الاتصال على مراحل، وانبثقت عن نموذج التأثير الاجتماعي ***The Social Influence Model* "وأكد دور البيئة الاجتماعية في التأثير على سريان المعلومات وقبولها. ويظل تعرض الفرد لوسائل الاتصال بشكل انتقائي خاضعا للفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد، بما في ذلك دور قادة الرأي في تمرير المعلومات التي استقوها من مصادر اتصالية إلى معارفهم الذين لم يتعرضوا للاتصال بشكل كاف[2].**

وأدت بعض العوامل دورا في قبول نظرية الابتكار، ومنها ازدياد استعمال الناس وسائل الاتصال ولاسيما في الستينيات، ودور العلاقات الاجتماعية غير الرسمية في عملية الاتصال الجماهيري عاملاً مهماً له أثر في كيفية وصول المعلومات من مصادر الاتصال إلى هؤلاء الأفراد وما فعلوه بشأنها فيما بعد، ويتسلم الجمهور معلومات مرشحة عن طريق تفسيرات آخرين ويتأثر من ثم بقادة رأيه بقدر ما يتأثر بمعلومات وسائل الاتصال نفسها [3].

---

(١) المصدر السابق نفسه، ص٦٢٦.

(٢) د.عصام سليمان موسى، ((المدخل في الاتصال الجماهيري))، اربد، مكتبة الكتاني للنشر، ط٣، ٢٠٠٥م، ص١٥٦ ص١٥٧.

(٣) ملفين ل.ديفلير، ساندرا بول- روكيتش، ((نظريات وسائل الإعلام))، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر، ط٣، ١٩٩٩م، ص٢٧٥.



ويعدّ "دور وسائل الاتصال الاتصال أكثر فعالية في خلق معرفة حول المبتكرات، بينما تكون قنوات الاتصال الشخصي أكثر فعالية في تشكيل المواقف حول الفكرة الجديدة.

ويتضح في حصول الناس على معلومات عن الأفكار الجديدة، وقدرتهم في التعرف عليها، ولا يعني تقبلهم لتلك الآراء، ويكون للاتصال الشخصي الدور الأساس في تشكيل مواقف هؤلاء عن الأفكار الجديدة"[1].

ومن الخصائص المؤثرة في انتشار المبتكرات: "المنفعة المادية، والانسجام مع القيم السائدة، ودرجة التعقيد من حيث الفهم والاستعمال، وقابلية التداول، والوضوح وسهولة النشر". وتم حصر مراحل عملية تبني المبتكرات في[2]: "الوعي بالفكرة "الاطلاع"، والاهتمام، والتقويم، والتجريب، والتبني".

ويساعد التوسع في استعمال وسائل الاتصال بشكل هادف في التغيير الاجتماعي، والإسراع في تحقيق التنمية، وتضيق الفجوة القائمة بين الدول النامية والمتقدمة. إلا أن تطبيق هذه النظرية في دول العالم الثالث، على حد تعبير روجرز: "أدى إلى اتساع فجوة المعلومات، وازدياد الفوارق الاجتماعية والاقتصادية بين فئات المجتمع، بدلا من إن تؤدي إلى تضييقها كما كان متوقعا، ويعود سبب ذلك، إلى تشجيع الفئات المتقدمة اقتصاديا واجتماعيا أكثر من غيرها على التجديد وإدخاله وممارسته"[3].

- ***نظرية مولس الثقافية***

تعدّ أفكار أ. مولس طرحا يبعث على التفكير بطريقة جديدة في العلاقة بين وسائل الاتصال والمجتمع، ويرى إن وسائل الاتصال تحول الثقافة عن طريق ما يسميه "بالثقافيات" أو "الفسيفساء الثقافية"، وهي: "الأفكار الجديدة واتخذ نموذج

---

(١) د. صالح خليل أبو إصبع، ((الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة))، مصدر سبق ذكره، ص١٢٤.

(٢) د. فضيل دليو، ((الاتصال، مفاهيمه- نظرياته- وسائله))، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع،٢٠٠٣م، ص٣٢.

(٣) د.عصام سليمان موسى، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٥٨.



النظرية شكلاً دائرياً مغلقاً، وأن نقطة البداية لا توجد أصلا أو هي في الحقيقة مرتبطة بوجود مبدعين: العالم، والأديب، والفنان، ..."، ويصنع هؤلاء أفكارا جديدة تنقل لاحقا للجماعات المختلفة. وتشمل الأفكار الجديدة المعبر عنها "بالثقافيات"، قائمة لا متناهية ... بدء بوصفة الطبخ وانتهاء بأعقد الاكتشافات، ويمثل كل ذلك قاعدة الثقافة، إذن تعدّ وسائل الاتصال الناقلات الحقيقية للثقافة[1].

- ***نظرية التقمص الوجداني Empathy***

يتيح الاتصال الجماهيري للجمهور أن يشركوا أنفسهم، إلى درجة ما، في مواقف وخبرات قد لا يتاح لهم المرور بها في حياتهم الاعتيادية، ويمنحهم الفرص لدخول عالم غير عالمهم، ومن هنا جاءت نظرية التقمص الوجداني لدانييل ليرنر التي تعني: "**القدرة على أن يضع المرء نفسه في ادوار الآخرين وتصور ما يحصل له**"، ويترتب توافرها لدى أفراد المجتمع كي يستطيع النهوض والتقدم، وهذه القدرة ذات علاقة وثيقة بالاتصال.

ووضعت **نظريتان** عن التقمص الوجداني، نظرية تقول: "**نجرب الأشياء مباشرة ونفسر ما يفعله الآخرون وفقا لخبراتنا**"، والأخرى: "**نحاول أن نضع أنفسنا في مواقف الآخرين، وفي اتصالنا نتحول من الاستنتاجات إلى أخذ أدوار الآخرين، على أساس تنبؤاتنا**". فأصبح لوسائل الاتصال اسهاماً في تقديم خدمة لنمو المجتمع، ولاسيما إفراده الذين لم يغادروا أماكنهم فعملت على تنشيط خيالهم وإثارة طموحهم[2].

- ***نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Dependency Theory***

تنظر هذه النظرية إلى المجتمع بعدّه تركيباً عضوياً، وتبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة وكبيرة يرتبط كل منها بالآخر، ثم

---

(١) د.فضيل دليو، ((مصدر سبق ذكره))، ص٣٩ .

(٢) د. جيهان رشتي، ((الأسس ـ مصدر سبق ذكره))، ص٢٩٨.

تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات. والمفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزءا مهماً من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث. وكما يوحي اسم النظرية فان العلاقة الرئيسة التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور(١).

وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات* هي(٢):

١- جمع المعلومات.

٢- تنسيق المعلومات، ويشير إلى تنقيح المعلومات التي تم جمعها بالزيادة أو النقصان، لكي تخرج بصورة مناسبة في شكل قصة صحفية أو برنامج.

٣- نشر المعلومات إلى جمهور غير محدود.

رابعا: نظرية اتصال تنتمي إلى كتلة ثقافية متميزة

يحتاج الاتصال الجماهيري العربي الى نظرية متكاملة تنتمي إلى كتلة ثقافية متميزة تفرض نفسها عمليا ولاسيما في الاتصال المرئي، ليكون دالا حضاريا. وتبعا لرؤية الدكتور عبد الرحمن عزي تقوم هذه النظرية على بعض الركائز المبدئية التالية(٣):

١- يكون الاتصال نابعا من الأبعاد الثقافية الحضارية التي ينتمي إليها المجتمع العربي.

٢- يكون هذا النمط من الاتصال تكامليا، فيتضمن الاتصال السمعي البصري، والاتصال المكتوب، إذ إن ضعف المكتوب أدى إلى ضعف حضاري.

---

(١) د.حسن عماد مكاوي،((مصدر سبق ذكره))، ص٢٠٠.

*** ويستخدم مؤسسا النظرية "ملفين ديفلير" و "ساندرا بول روكيتش" مصطلح "المعلومات" للإشارة إلى إنتاج وتوزيع كل أنواع الرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام.**

(٢) ملفين ل.ديفلير، ساندرا بول- روكيتش، ((مصدر سبق ذكره))، من ص٤١٣ إلى ص٤١٦.

(٣)د.عبد الرحمن عزي، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٤٣ص١٤٤ .

٣- أن يكون الاتصال قائما على مشاركة واعية من طرف الجمهور المستقبل لا أن يكون أحاديا تسلطيا، فيقصي قطاعات المجتمع المختلفة.

٤- أن يكون الاتصال دائما حاملا للقيم الثقافية التي تدفع بالجمهور إلى الإبداع، وهو ما ينعكس ايجابيا في محيط الإنسان المعنوي والمادي سواء على المستوى المحلي أو الدولي.

ولكي تصل ظاهرة "علاقات اتصالية تبادلية" إلى مستوى اتصال حقيقي، يجب أن تلبي خصائص عدة[1]:

١- تمتلك شكلا مفتوحا لتبادل ثنائي الاتجاه، أو تعددي الاتجاه.

٢- تتمتع بإمكانية قلب الأدوار بين المرسل والمتلقي.

٣- تثمن النشاط التشاركي للمتلقي حتى في حالة قيامه بدور استقبالي بسيط.

وبعد هذا الاستعراض لبعض من نظريات الاتصال التي وجدتها الباحثة الأقرب إلى موضوع البحث، علينا أن نتجنب المبالغة في ردة فعلنا عليها، فوسائل الاتصال الحديثة على الرغم من تأثيراتها لكن اغلبها تأثيرات بعيدة الأمد، وتراكمية، ويصعب عزلها عن مؤثرات أخرى متصلة بالسلوك، ولكن تعدّ عاملاً أساساً في تحديد ما يعرفه الجمهور وما يفعلونه.

خامسا: المدخل الوظيفي

يعتمد المدخل الوظيفي على النظرية البنائية الوظيفية ***Structural Functionalism*** إذ "يتكون المجتمع من عناصر مترابطة ومتوازنة في توزيع الأنشطة بينها، وقد تم تحديد عدد من الوظائف لكل نشاط من الأنشطة المتكررة في المجتمع، ويرتبط استمراره بتحقيقه لعدد من الوظائف منها نشاط وسائل الاتصال الجماهيري في المجتمع"، وبدأت الدراسات المختصة بوظائف الاتصال في المجتمع بمقال هارولد لاسويل في عام ١٩٤٨م، وتوافر بعد ذلك تراث في تحديد

---

(١) د. فريال مهنا، ((علوم الاتصال ...مصدر سبق ذكره))، ص٤١٥.

وظائف الاتصال وعلاقتها بالمجتمع، وتجيب جميعها عن الأسئلة المختصة بالأدوار التي تقوم بها وسائل الاتصال في المجتمع[١].

ومهما تعدّدت أشكال العملية الاتصالية، "تبقى قائمة على بعدين هما: "البعد الوظيفي *Functional*" وينطوي على مقاصد التواصل وتبليغ المعلومة ونشرها وتداولها لغايات اجتماعية ومعرفية واقتصادية وسياسية. "والبعد القيمي *Normative*" بما يطمح إليه من مثل وقيم، يمكن أن تستحدث أو تشاع في المجتمع[٢].

وعلى الرغم من استعمال معانٍ عدة للمفهوم الأساس في النظرية، وهو مفهوم الوظيفة. فيستعمل تارة بمعنى "الهدف"، وأخرى بمعنى " التأثير"، وبمعنى "المطلوب أو المتوقع"، فإننا نجد ثلاثة معانٍ مختلفة عند تحليل المفهوم:

١- تحاول وسائل الاتصال أن تخبر أو تعلم الجمهور، فيدور المعنى حول "الهدف".

٢- يتعلم الجمهور من وسائل الاتصال، فالتركيز هنا في "التأثير".

٣- تخبر وسائل الاتصال الجمهور، فالتركيز في "المطلوب أو المتوقع".

ويصعب تفسير معنى "الوظيفة"، لأن "وسائل الاتصال لاتمثل فقط نفسها في تفاعلات الحياة الاجتماعية، بل تقوم بأعمال نيابةً عن غيرها من المؤسسات الاجتماعية مثل الأحزاب والشركات". وتم تحديد نقطة البدء في الاتجاه النظري الوظيفي، بأنه: "نشاط اجتماعي متكرر الحدوث مجسد في شكل مؤسسي ويخدم هدفا اجتماعيا بعيد المدى يُسهم بشكل ايجابي في خدمة المجتمع"، أي أن نعدَّ الوظيفة بمعنى القصد أو الهدف أو الباعث.

وتكونت للاتصال الجماهيري وظائف جديدة في المجتمع نتيجة تطور تقنيات الاتصال. فالاتصال الذي كان في الستينيات والسبعينيات إعلام الأنباء والمعلومات والتسلية، أصبح يحمل مهام تنمية "تطوير" المجتمع نظرا لما

---

(١) د. محمد عبد الحميد، ((البحث العلمي ...مصدر سبق ذكره))، ص٣١.

(٢) د.ميّ كامل العبد الله وآخرون، مراجعة وتقديم د.تيسير أبو عرجة، ((قضايا الاتصال والإعلام في الأردن والوطن العربي))، عمان، دار الفارس للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧م، ص٥٠.



لوسائل الاتصال من تأثير"[1].

وتقف علاقة الاتصال بالتنمية في الوطن العربي أمام إشكالية، وهي إشكالية الربط بين سياسات الدول في الاتصال، والسياسات الاقتصادية والثقافية كي تتكامل كلها في خطة شاملة للتنمية، وهناك شبه إجماع على أنه: **"ليس هناك إيديولوجيا للدولة وأخرى للاتصال، بل هناك إيديولوجيا واحدة تحدد الخط السياسي والاقتصادي والاجتماعي للدولة، كما تحدد موقف الدولة من الاتصال وأدواره ووظائفه التي تتكامل مع سائر مؤسسات الدولة مستهدفة تحقيق التوازن الذي يؤدي إلى دعم وحماية قيم القوى المسيطرة ومصالحها وأهدافها على وسائل الإنتاج الأساس في المجتمع"[2].**

ويرى لاسويل إن عملية الاتصال ترمي إلى تحقيق وظائف: مراقبة المحيط، وترابط أجزاء المجتمع في الاستجابة للمحيط، ونقل التراث الثقافي من جيل إلى جيل آخر، والترفيه، أضافها عالم الاجتماع بول ف .لازرسفيلد[3]، وأدمج عناصر أخرى وهي **"إمكانية حصول اختلال في الوظائف، ببروز وظائف ظاهرة وضمنية، ويمثل الاختلال كل ما يؤدي إلى تعطيل هذه الوظائف أو الحد من فاعليتها، وينطبق، على "الوظيفة التخديرية"، بعدّها أنها تمثل اختلالا وظيفيا، وتخلق نوعا من اللامبالاة والنفور السياسي لدى الجمهور"[4].**

ولا نستطيع ترتيب هذه الوظائف حسب أهميتها، إذ تتداخل بعض الوظائف مع غيرها. وتوجد وظائف تكون أكثر ارتباطا بالفرد من المجتمع، لتحقيقها مزايا شخصية تمكنه من **"تحقيق التوازن الذاتي وتطوير الذات"** وتتمثل في[5]:

---

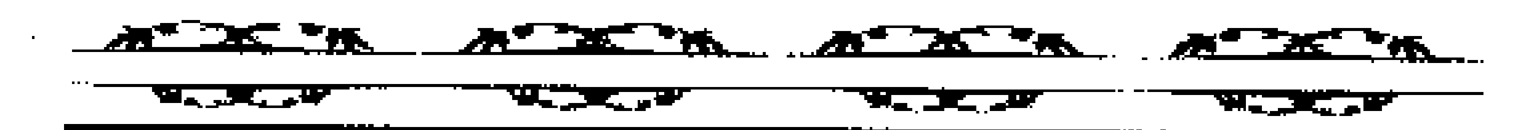
(١) د.مي العبد الله، ((الاتصال والديمقراطية))، بيروت، دار النهضة العربية، ٢٠٠٥م، ص٣٦٣ .

(٢) د.مي العبد الله، ((الاتصال في عصر العولمة الدور والتحديات الجديدة))، بيروت، دار النهضة العربية، ٢٠٠١م، ص٤٩-ص٥٠.

(٣) أرماند ماتيلار وميشليه ماتيلار، ((نظريات الاتصال))، ترجمة أديب خضور، دمشق، المكتبة الإعلامية، ٢٠٠٣م، ص٤٢ .

(٤) المصدر السابق نفسه، ص٥٣.

(٥)Becker,s.l,Discovering Mass communication 2and Ed.Scott, for esman&company.1987,pp443- 44



١- تطوير مفاهيمنا عن الذات *Developing a concept of self as profession of tools*

٢- تيسير التفاعل الاجتماعي ***Facilitating social interaction.***

٣- تحقيق التواصل الاجتماعي عن طريق التعبير عن الثقافة السائدة، وكشف عن الثقافات الغربية، والثقافات النامية، ودعم القيم الشائعة.

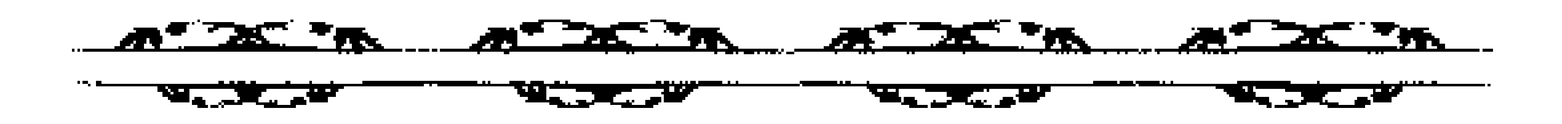
وابرز الأمثلة عن المزايا الشخصية التي تتيحها وسائل الاتصال، ما فاجأت به مجلة "تايم" الأمريكية الشهيرة جمهورها باختيارها لـ "أنت" سيد العالم الجديد *YOU* بصفتها شخصية العام ٢٠٠٧م، انطلاقا من فكرة مفادها، إن كل شيء في العالم يتجه نحو ما يسمى بـ"التشخيصية" ***Personalization***، أي إعطاء البعد الشخصي المختص بالمستخدم، إذ منحت "التكنولوجيا"* الجمهور خيارات كثيرة تعكس أذواقهم وحاجاتهم في كل شيء، بما في ذلك استهلاك المادة الإعلامية، وكذلك صار السياسيون وصناع القرار يفهمون أكثر قيمة الفرد ويتجهون إليه بذكاء لإقناعه بقراراتهم السياسية والاقتصادية[1].

وذلك "لتأكيد ما يسمى "الإعلام الاجتماعي" *Social Media*"/*الاعلام البديل*"، والذي بدأ يغير جذريا مفهوم الإعلام الكلاسيكي، فبينما كانت وما زالت الرسالة الإعلامية متوجهة من "مرسل مؤسساتي" إلى "الجمهور"، صارت تتوجه من الجمهور إلى الجمهور. وساعد نمو "الإعلام الاجتماعي" بالعودة لمصطلح "صحافة المواطن" وهو مصطلح نما في العقد الماضي للدلالة على محاولة جعل صوت

---

* اشهر مواقع الإعلام الاجتماعي على الانترنيت موقع ***Face book*** وموقع ***MySpace*** وموقع ***YouTube*** وغيرها من مئات المواقع التي تستخدم الأفكار نفسها في اتجاهات متخصصة، فهناك مواقع مختصة بالربط بين الباحثين عن أعمال وأصحاب الأعمال، ومواقع للتواصل بين الأصدقاء. وانتهى عام ٢٠٠٧م بانضمام نحو ١٠٠ مليون شخص إلى شبكات الإنترنت الاجتماعية، ولو نظرنا إلى الرقم لأدركنا أن هناك هجرة جماعية إلى مواقع تركز على العلاقات الشخصية والاهتمامات المتخصصة جدا وتخلق مجتمعا إلكترونيا.

(١) ار بكار،((٢٠٠٨م: عام الإعلام الاجتماعي الجديد))، الاثنين ٧/ كانون الثاني/ ٢٠٠٨م، نقلا عن: http://www.aleqt.com



الشخص العادي جزءا من معطيات الوسيلة الإعلامية، ووصلت إلى العالم العربي بشكل يجعله مستهلكا لمعطيات القرية العالمية بعيدا عن قضاياه وهمومه[1].

سادسا: وظائف اتصال العولمة

لم تعدّ سيادة الاتصال مقتصرة على الإذاعة والتلفزيون والصحيفة، بل ظهرت وسائل حديثة من انترنت وهاتف خلوي وبث فضائي ونشر الكتروني في عصر جديد أطلق عليه عصر تكنولوجيا المعلومات، والإعلام الجديد، والاتصال الرقمي، أو مجتمع المعرفة. "وتمثل تلك التعبيرات عن ظاهرة إنسانية اتصالية واحدة، تزامن ميلادها مع متغيرات سياسية واقتصادية، ويمكن تلخيصها في ظاهرة العولمة ونهاية الحرب الباردة وانفراد القطب الغربي بقيادة العالم سياسيا وثقافيا كنموذج معرفي"، وإن تسويق منطق العولمة بحاجة إلى وظائف جديدة، يمكن تحديدها[2]:

١- بناء قاعدة معلوماتية واحدة، يستعملها الجميع ويتعامل معها مصدراً رئيساً لتقويم النتاج الثقافي والمعرفي والعلمي.

٢- تقليص الحدود الفاصلة بين الثقافة الوطنية والقومية وبين مكونات العولمة التي تنتمي إلى مصدر واحد، ولغة مركزية واحدة وبنية ثقافية مشتركة.

٣- التماثل بين المجتمعات، إذ تمكنت وسائل الاتصال من بناء مكونات التماثل الأولية، وامتدت إلى البرنامج الترفيهي، والعلمي، والبث الرقمي، وبناء مفاهيم مشتركة، والتغطية للأحداث العالمية مباشرة بأبعادها: المضمون، والمكان، والزمان[3].

وبفضل وظيفة التماثل "استطاع الاتصال بوسائله التي تتخطى الحدود كلها أن يعمل على تحويل مجتمعات الدول إلى مجتمعات عالمية، وأثر في السياسة الداخلية وصانعيها في الدول المختلفة، ولم تعدّ قراراتهم وتصريحاتهم خافية عن وسائل

---

(١) المصدر السابق نفسه.

(٢) مهيوب غالب احمد، ((العرب والعولمة))، بيروت، مجلة المستقبل العربي، ع٢٦، ٢٠٠٠م، ص٦١.

(٣) المصدر السابق نفسه، ص٦٢.



الاتصال الجماهيري"، ولهذا تحتاج الحضارة الجديدة إلى رموز سلوكية جديدة، وتتمثل في[1]:

١- "إعادة تشكيل البنية الاجتماعية" *Formation of Social Structure*.

٢- "إعادة هيكلة أسس وبنية الوعي الإنساني".

٣- "إعادة تشكيل البنية التنظيمية للمؤسسات الاجتماعية".

٤- إعادة صياغة شروط العلاقة الاجتماعية الإنسانية بين الإفراد، والجماعات، والقوميات، والأديان. "وتعدّ الوظيفة الرئيسة لوسائل الاتصال في العصر الحديث، تهيئة الجمهور على تقبل التغيير في إطار عملية التنمية الثقافية، لان وسائل الاتصال تستحضر الخبرات والتجارب الخارجية والداخلية، وادوار الآخرين وممارساتهم، وتقدمها إلى الفرد بلا انتقال مادي فعلي إلى هذه الأماكن، فينشط خيال الجمهور وطموحه ويتواكب هذا الإحساس من ثم مع عملية التغيير، فيتكيف مع هذه العملية ويُسهم فيها[2]".

سابعا: مظاهر اتصال العولمة

لا يمكن فصل العولمة عن أدوات الاتصال، فمنذ ظهور التلغراف في ١٧٩٣م إلى الانترنيت في التسعينيات من القرن الماضي والبشرية تتبادل الأخبار، والمعلومات، والسلع الرمزية، والقيم، بسرعة متزايدة. ولهذا يصعب الفصل بين الأداة التكنولوجية والمضمون الذي تحمله، فتسعى كل أداة تكنولوجية جديدة لتلبية حاجات اجتماعية وثقافية مختلفة عن تلك التي سبقت، ويكمن المظهر البارز في الاتصال في عصر العولمة في[3]:

---

(١) د.حميد جاعد محسن، ((علم اجتماع الإعلام))، عمان، دار الشروق، ٢٠٠٢م، ص١٣٤.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص١٣٤.

(٣) د.نصر الدين لعياضي، ((وسائل الاتصال الجماهيري والثقافة، القاعدة والاستثناء))، الشارقة، دار الثقافة والإعلام، ٢٠٠١م، ص١٦٨.

١- مظاهر التغيير في الوسيلة الإعلامية، وبروز "المجتمع الجماهيري"، والتوجه نحو إنشاء محطات إذاعية وقنوات تلفزيونية متخصصة، "لا توجه موادها إلى جمهور أفقي، بل تتجه إلى جمهور عمودي موجود بفعل وشائج الاهتمام، والهواية، والمهنة. فقد برزت قنوات تلفزيونية رياضية، وأخرى علمية أو سينمائية، وغيرها من القنوات"[١].

ولم تعدّ البرمجة الإذاعية والتلفزيونية تخاطب الجمهور بصفته شعباً موحداً وراء أهداف، ومثل، وقيم، وتجارب اجتماعية، بل "بدأت تقوض سلطة وصلاحية "الدولة الوطنية"، وأصبحت تخاطبه بصفته فئات اجتماعية متباينة. فتغير موقع الجمهور في المعادلة الإعلامية الحديثة التي تقيمها التكنولوجيا، إذ أصبح طرفا مشاركا فيها. ولم يعد يطلق على الجمهور تسمية القارئ أو المشاهد أو المستمع، بل أصبح يسمى"المستخدم" ***User*** نتيجة منطق "التفاعلية" ***Interactivity*** الذي فرضته التطورات التكنولوجية"[٢].

٢- لا يقاس النجاح الإعلامي في عصر العولمة بالقيمة المضافة في المجال الثقافي والمعرفي، وبالمنفعة الاجتماعية فقط، بل يقاس بالعائد التجاري ايضاً. وجعلت هذه الحقيقة القنوات التلفزيونية والمحطات الإذاعية تخوض رهان وجودها في تمويلها: أي البحث عن مصادر التمويل في الإعلان. "وتتجلى صورة هذا التغيير في إعادة هيكلة الاقتصاد الدولي عن طريق عملية اندماج الشركات المنتجة للإعلام، والثقافة، والترفيه، والتسلية "الألعاب، المولات، ساحات التزلج، المتاحف، ..." وقطاعات تجارية ومالية واقتصادية أخرى"[٣].

٣- التوجه نحو "تسليع الثقافة"، بدأ على أنه مسألة قديمة طرحتها "مدرسة فرانكفورت" منذ الأربعينيات، وشكلت مدخلا لنقد "الثقافة الجماهيرية"، وتنطلق من "الرفض الضمني لفكرة تصنيع الثقافة التي تسلب منها كل تجارب

---

(١)المصدر السابق نفسه.

(٢) د.نصر الدين لعياضي، ((إشكاليات الإعلام في عصر العولمة))، ٢٠٠٨/٨/١٦م.
http://www.siironline.org

(٣) المصدر السابق نفسه.

أصيلة ومتميزة أكثر من استنادها لرفض نمط الإنتاج الرأسمالي للثقافة. ولقد بدأ هذا المظهر منذ ميلاد ظاهرة الشركات المتعددة الجنسيات، قبل عقود، لتصل اليوم إلى نظام التجارة الحرة الذي اقر دوليا، بموجبه أصبحت الثقافة منتجا، فدخلت ميدان العملية الاقتصادية التجارية الجديدة، وباتت قابلة للتداول على أوسع نطاق في العالم. لكن مجال المنافسة في تسويق هذه السلعة بات ضيقا للغاية، ولا يتسع إلا للقوى التي تمتلك قدرة تقنية اكبر، ولا يعبر عن أية إمكانية لتحويل العولمة الثقافية إلى تثاقف متوازن بين الثقافات والشعوب، بل يحتفظ لها بتعريف واحد: الغزو والاختراق[1].

ويتمثل الجديد في هذه المسألة فيما يلي:

- إن "تسليع" المواد الثقافية لم يأتِ نتيجة التطور المنطقي لنمط الإنتاج السائد في هذا البلد أو ذاك، بل "بدأت تفرضه تلك الإرادة السياسية التي تمارس الضغوط على المنظمات مثل المنظمة العالمية للتجارة وعلى الدول لفرض قوانين السوق على الأفلام السينمائية، وبرامج التلفزيون، والصور، والأشرطة"[2].
- بدأ "تسليع" الإعلام نتيجة ميلاد وكالات الأنباء العالمية، وتدويل الصورة التلفزيونية بدءا من الخمسينيات، وقد تعمق بشكل لا نظير له وفق بعدين أساسين[3]:

البعد الأول: الإجماع شبه التام بدور الإعلان في تمويل المؤسسة الإعلامية حتى تلك التابعة للقطاع العام والتي تضطلع بدور الخدمة العمومية، فأدى إلى ضعف الإرادة السياسية في تقنين الإعلان والحد من تأثيره السلبي في مضمون المادة الإعلامية وفي شكل تقديمها[4].

البعد الآخر: لقد سمحت التكنولوجيا في محو الحاجز الفاصل بين الإعلان والإعلام، "فيتعايش مثلا في شاشة الكمبيوتر النص الإعلاني بجانب النص

(١) عبد الاله بلقزيز وآخرون، ((العرب والعولمة ... مصدر سبق ذكره))، ص٢١٧.

(٢) د. نصر الدين لعياضي، ((إشكاليات الإعلام في عصر ...))، مصدر سبق ذكره.

(٣) د. نصر الدين لعياضي، ((وسائل الاتصال الجماهيري ... مصدر سبق ذكره))، من ص١٣٧ إلى ص١٤٥.

(٤) د. نصر الدين لعياضي، ((وسائل الاتصال الجماهيري ... مصدر سبق ذكره))، من ص١٣٧ إلى ص١٤٥.

الإعلامي، ولا توجد المادة الإعلامية سوى لمرافقة المادة الإعلانية المتحركة في الشاشة المذكورة، وهذا ما أدى إلى الإجهاز على كل الجهود الثقافية والقانونية التي بذلت للفصل بينهما. ولحماية الجمهور من التضليل، الذي يمكن أن يمارسه "القفز" المفاجئ من الإعلام الذي يمثل الواقع إلى الإعلان الذي يحمل قدرا من الخيال أو التحايل على الواقع، فكان الإلحاح القانوني على إخطار الجمهور بأن هذا إعلان وذاك إعلام[1]".

٤- "أصبح من الصعوبة الفصل بين المجالات الآتية: الإعلام، والترفيه، والثقافة". فقد يقدم التعليم والتثقيف عبر الشاشة في قالب ترفيهي يشجع من هم خارج "الركب" التلفزيوني على الالتحاق بالبرامج عن طريق استخدام الهاتف أو شبكة الانترنيت. وقد وفرت "صفحة الوب" في الشبكة للمستخدم القيام بأشياء عدة في الوقت ذاته، وقد كان يتم القيام بها بشكل منفصل: قراءة آخر الأخبار، والاستماع إلى الموسيقى أو برامج الإذاعة، والبحث في الموسوعة[2]".

وإذا كان إسهام تكنولوجيا وسائل الاتصال الحديثة واضحا "في محو الفاصل بين هذه المجالات الثلاثة، فلا يمكن إبعاد انعكاسات الاندماج في نشاطات الشركات الصناعية المختلفة في "قطاعات غير متجانسة"* وتتمثل في ظهور قطاع "الصناعات الثقافية" بشكل واضح: نشر الصحف، الإنتاج الإعلاني، صناعة برامج تلفزيونية عامة أو تربوية أو ترفيهية، صناعة الموسيقى والغناء، صناعة برامج الكمبيوتر ذات الأغراض المختلفة، والأكثر من هذا التداخل بين صناعة الإعلام والاتصالات وصناعة المعرفة والثقافة. والتداخل المذكور هو من صنع عملية "تتجير" أي "تحويلها إلى تجارة" الثقافة والترفيه والإعلام وتحويل المستخدمين إلى سلعة[3]".

---

(١) المصدر السابق نفسه.

(٢) دانييل بونييو، ((الاتصال ضد الإعلام))، ترجمة: د.نصر الدين لعياضي، الجزائر: دار القصبة، ١٩٩٩م، ص٣٠ ص٣١.

* قطاع الصناعات الإبداعية. ملاحظة مذكورة في تعريف المفاهيم.

(٣) دانييل بونييو، ((الاتصال ضد الإعلام، مصدر سبق ذكره))، ص٣٢.



٥- التحول الذي يشهده عالم الاتصال، لاسيما المرئي منه، استخلصه الباحث الفرنسي دانيل بونيو: "إننا نعيش مرحلة الاتصال ضد الإعلام"[1] سنة ١٩٩٢م.

فقد كان الإعلام يلازم الاتصال، ولا يوجد إعلام بدون اتصال، القرن السابق كان قرن الإعلام إذ ازدهرت فيه صحف الرأي، ووسائل الإعلام ذات الطابع الإخباري. أما في أواخر القرن الماضي، **"لا يسعى النقل التلفزيوني لتقديم الإعلام بل يعمل على تغليب الاتصال، فيقدم الإحساس وعاطفة المشاركة. لذا نلاحظ غلبة "الفرجة" في الإعلام المرئي. فالعديد من المواد الإخبارية التلفزيونية: "روبرتاجات" تلفزيونية، أفلاماً وثائقية، جرائد إخبارية، أصبحت استعراضاً، ويخضع إنتاجها وتقديمها لمعايير الإنتاج الدرامي، مما قلص الهامش بين ما هو واقعي وغير واقعي في وسائل الإعلام، فأصبحت الحوارات الإذاعية والتلفزيونية أقرب إلى الاستعراض *Talk show*". وإن "غلبة الاتصال في عصر العولمة هو، في حقيقة الأمر، غلبة الشكل على حساب المحتوى"[2].**

وظهر في ظل التحول ما يطلق عليها "دانيل بونيو" **"إيديولوجية الاتصال"**، وتتمثل في المقولة التالية: **"المهم هو أن نتصل، لا يهم مضمون الاتصال ومحتوى التبادل. المهم أن نتبادل الانطباعات والمشاعر الفعلية أو المفتعلة التي يمكن أن يخلقها الشكل وليس المضمون"[3].**

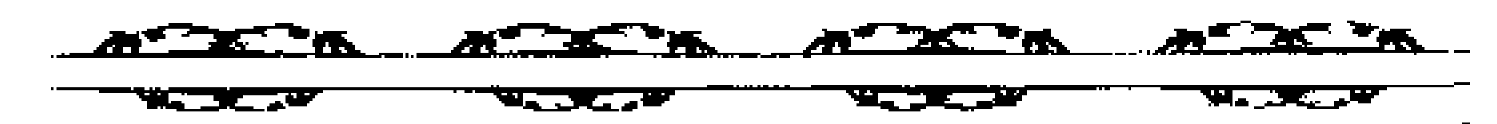
٦- إن المظهر الأساس لتطور الإعلام هو السرعة: وتحولت إلى غاية في حد ذاتها، **"تختزل الحدث في اللحظة الراهنة في تسابق شديد للحاق بالمستقبل. ويقاس النجاح في المجال الإعلامي بالسرعة وبالمقدرة على تجاوز ما هو راهن وليس بمدى ارتباطه بالواقع أو ببنائه الفكري. لقد عبر الكثير من الباحثين عن خشيتهم من التأثير السلبي لهذه السرعة على دقة الأخبار وموضوعيتها وخوفهم**

---

(١) المصدر السابق نفسه، ص٣٥.

(٢) د.نصر الدين لعياضي، ((إشكاليات الإعلام في عصر العولمة)). مصدر سبق ذكره.

(٣) دانيل بونيو، ((الاتصال... مصدر سبق ذكره))، ص٧٢.



من تأثيرها في الجمهور*، ويكمن خطر السرعة في أن الأخبار هي مواد شديدة التلف وقيمتها الإخبارية قصيرة جدا"(1).

وتطرح سرعة تدفق الأخبار مشكلة، وهي إن "التكنولوجية قد ظلت منذ ٣٠٠ ألف سنة وسيلة لدعم الثقافة وتطويرها، لكن منذ منتصف القرن العشرين هناك شيء ما تغير لقد بدأت تنتج بسرعة أكثر من طاقة الجمهور على الاستيعاب"(2).

٧- لم يعد الإعلام في عصر العولمة مرتبطا بمخرجات وسائل الاتصال الجماهيري بل أصبح شديد الالتصاق بالمعلومات: المالية، والعلمية، والتكنولوجية، والطبية، والرياضية، والثقافية، والاجتماعية. ولم يعد حكرا على المؤسسات الإعلامية، إذ دخل متعاملون جدد في مجال إنتاج الإعلام، وتوزيعه، لم تكن لهم علاقة سابقة بوسائل الإعلام الكلاسيكية. "ولقد أدى هذا التغيير لأمرين أساسيين: تسعى القيمة التبادلية للإعلام إلى إن تطغى على "قيمته الاستخدامية" في ظل تحول البنية الاقتصادية للمؤسسة المنتجة للإعلام والقائمة على الطلب وليس على العرض، أي خلافا للمنطق الذي كان يستند إليه اقتصاد وسائل الإعلام في منتصف القرن الماضي والقائم على مبدأ العرض، كما أصبح الإعلام مادة لتراكم رأسمال في عصر العولمة، وتزايد عدد المنتمين لحقل الإعلام من رجال الصحافة والعلاقات العامة، ولقد انضم إليهم الفنيون والخبراء"(3).

---

* بدل الوقوف على ما يجري وتفاعلاته في الساحة العسكرية والسياسية تدافعت العديد من القنوات التلفزيونية التي غطت مثلا "أحداث أفغانستان" إلى القفز على الواقع القليل بمعلوماته في محاولة استكشاف المستقبل عبر الأسئلة التي توجه إلى المراسلين الصحفيين والخبراء، والتي نذكر منها ما يلي: كيف سيكون رد الفعل؟ وما هي توقعاتكم بخصوص...؟ كيف ترون الوضع بعد...؟

(1) د.نصر الدين لعياضي، ((وسائل الاتصال الجماهيري والثقافة ...))، ص١٦٨.

(2) Pascal Lapointe : une mer d information ? la presse- Montréal 23-juillet 1997. Peut-on se noyer dans

نقلا عن: د.نصر الدين لعياضي، ((وسائل الاتصال الجماهيري والثقافة ...))، ص١٦٨.

(3) د.نصر الدين لعياضي، ((إشكاليات الإعلام في عصر العولمة))، مصدر سبق ذكره.



٨- يتمثل الاعتقاد السائد في أن "حرية الصحافة تساوي الحقيقة، لكن تحولات عالم الاتصال الحديثة تدعو لمراجعة هذا الاعتقاد. فلم تعد حرية الإعلام بعيدة من عمليات التضليل للحقيقة، ولا يقتصر الأمر على تجاوزات أخلاقية ومهنية في تغطية بعض الأحداث، لكن التضليل أصبح يعطي مشروعية للممارسة الإعلامية التي تقف في الحد الفاصل بين الحقيقة والزيف، مثل: To Make in the Media وتعطي "للواقع الإعلامي" بعدا آخرا يتمثل في إعادة ترتيب عناصر الحدث بغية إخراجها إعلاميا[1].

٩- تميز الإعلام الحديث بسمة "هلامية الحاجز" بين الواقع والخيال على الصعيد الواقعي وذلك "عن طريق الصور الافتراضية والمونتاج الرقمي للصور التلفزيونية التي أقل ما يقال فيها أنها لا تملك نسخة أصلية لها، فهي صورة ونسخة عن الصورة في الوقت ذاته[2].

ثامنا: الاتصال وعلاقته بالتنمية

فرض مفهوم التنمية نفسه في الخطاب السياسي والاقتصادي والاجتماعي، وعدّت وسائل الاتصال أداة من أدوات التوعية والتعليم تستهدف إعادة بناء المواطن عبر برامج التنمية المتوالية، وعلى الرغم من أن هناك اتجاها يرى إن دور الاتصال الجماهيري في التنمية هو دور ضئيل وغير محسوس، ويذهب المسؤولون في بعض الدول النامية إلى اتهام وسائل الاتصال الجماهيري بتعطيلها التنمية القومية وصرف انتباه المواطنين عن الشؤون البناءة وتشغلهم بالتوافه والدعايات السياسية والاجتماعية، ومع هذا، تتزايد

---

(١) د.نصر الدين لعياضي، ((وسائل الاتصال الجماهيري ... مصدر سبق ذكره))، ص١٦٩ .

(٢) دانيل بونيو، ((الاتصال ضد الإعلام))، مصدر سبق ذكره، ص٤٢.



الأدلة على علاقة وسائل الاتصال الجماهيري بالمتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية[1].

وأضاف دينيس ماكويل **نظرية الاتصال التنموي** ***Development Media Theory*** وشخص فيها واقع الاتصال في الدول النامية، الذي يحد من توظيف وسائل الاتصال بالشكل المعمول به في الدول المتقدمة، بسبب الظروف الخاصة بهذه الدول. ويعدّ من أهمها: **غياب بعض الشروط الضرورية للاتصال، مثل** البنية التحتية لوسائل الاتصال، وتطوير المهارات المهنية للعاملين، والمصادر الثقافية، وطبيعة الجمهور، فضلاً عن اعتمادها على الدول المتقدمة فيما تفتقده من مجالات التطور التكنولوجي للإنتاج الثقافي، بجانب وضع التنمية السياسية والاقتصادية كاهتمام رئيس تعمل المؤسسات كلها في إطاره[2].

ويحدد دينيس ماكويل المبادئ الرئيسة لهذه النظرية في التالي[3]:

١- يجب أن تعمل وسائل الاتصال في إطار الأهداف التنموية وسياساتها.

٢- يجب أن تعطى وسائل الاتصال الاهتمام في محتواها باللغة والثقافة الوطنية.

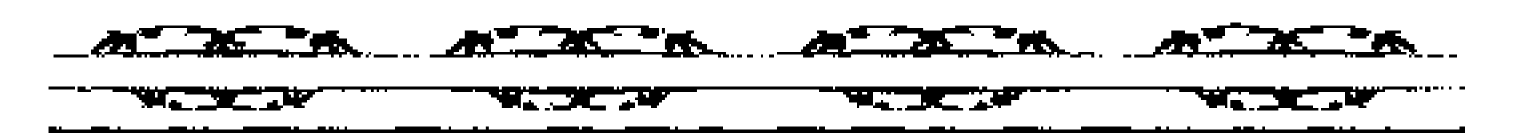
٣- تكون حرية الصحفيين والعاملين في وسائل الاتصال مرهونة بمسؤولياتهم في جمع المعلومات ونشرها.

(١) د.هادي نعمان الهيتي، ((الاتصال الجماهيري ...))، مصدر سبق ذكره، ص٧٣.

(٢) D.McQuail,((Mass Communication Theory : An Introduction)) : 2ed London : Sage Publications ,1986 ,p.114.

نقلا عن: د.جيهان رشتي، ((الإعلام والمجتمع))، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠٢م، ص٢

(٣) Ibid. p.123 نقلا عن: المصدر السابق نفسه.



٤- وأضاف د. محمد عبد الحميد المبدأ الأخير: يحق للدولة التدخل في عمل وسائل الاتصال، وممارسة الرقابة وذلك للمحافظة على تنفيذ الأهداف التنموية[1].

وعرفت الستينيات من القرن الماضي العديد من الدراسات التي أعطت دفعا تطبيقيا "لنظرية التحديث"، وبدءا بأفكار دانييل ليرنر* عن نمو المجتمعات التقليدية، ووصولا إلى الأفكار الحديثة، وأجمعت على أن الخروج من التخلف يمر بصورة خطية بتجاوز "المجتمع التقليدي" إلى "المجتمع الحديث"، إذ تتركز في المجتمع الأول معوقات النهوض كلها، في حين يملك المجتمع الثاني عوامل تحقق "ثورة الآمال المتصاعدة" كلها[2].

تاسعا: الفكر التنموي الإعلامي العربي

تعني عبارة الفكر العربي في الاستعمال الشائع: "مضمون الفكر ومحتواه، أي جملة الآراء والأفكار التي يعبر بواسطتها هذا الشعب أو ذاك

---

(١) د.محمد عبد الحميد، ((نظريات الإعلام ...))، مصدر سبق ذكره، ص٢٥٦.

* دانييل ليرنر: تم تكليفه بالإشراف على مشروع بحثي، يرمي إلى تقييم تعرض مجموع الفئات السكانية ضمن منطقة معروفة بعدم استقرارها السياسي وهي ست دول من الشرق الأوسط، بما في ذلك إيران في عهد مصدق، لوسائل الإعلام وآرائهم حول المسائل المحلية والوطنية والعالمية، ولاسيما قياس ردات أفعالهم على برامج الإذاعات العالمية (بيبيسي، صوت موسكو، وصوت أمريكا)، وقد ظهرت نتائج هذه الدراسة المسحية الكبيرة المقارنة، سنة ١٩٥٨م، تحت عنوان "تجاوز المجتمع التقليدي: تحديث الشرق الأوسط" The Passing of Traditional Society Modernizing the Middle EAST". وقد اقترح ليرنر في هذه الدراسة تصنيفا للمواقف بالنظر إلى علاقتها بمسألة "التنمية" Development، التي يعدها، كما يشير إلى ذلك عنوان الدراسة، سيرورة انتقال من الحالة التقليدية إلى الحالة التحديثية، لا يمكن إن تستوحي نموذجها إلا من الغرب. هذه المفاهيم التي تم عرضها، بعد خمس سنوات من الانقلاب الذي أطاح رئيس وزراء إيران مصدق بسبب تأميمه البترول، بدا أنها غير بريئة. إذ أنها تعطي الشرعية لتصور معين للتنمية. نقلا عن:
Wilbur Lang Schramm,"Mass Media and National Development":The Role of Information in the Developing Countries (Stanford,Calif.:Stanford University Press,1964).

(٢) ارمان وميشال ماتلار، ((مصدر سبق ذكره))، ص٦٢.

عن مشاكله واهتماماته ومثله الأخلاقية ومعتقداته المذهبية وطموحاته السياسية والاجتماعية، وأيضا عن رؤيته الإنسان والعالم"، والفكر بهذا المعنى هو "الايدولوجيا"، فتتسع عبارة الفكر العربي لكل ما ينتجه العرب من أفكار أو ما يستهلكونه منها، في عملية التعبير عن أحوالهم وطموحاتهم[1].

ويمثل المجتمع العربي نموذجا للتنوع على المستويات كافة، فهناك التنوع في الانتماءات الدينية والقبلية والطائفية والعرقية، وأنماط الإنتاج. وقد انفتح المجتمع العربي في السنوات الأخيرة، ونقل أحدث التقنيات والتكنولوجيا الغربية، ولكنه يتمسك ببناياته التقليدية، ويصفه حليم بركات بأنه: "سلفي تقليدي غيبي في منطلقاته ومستقبلي متجدد علماني مستحدث في تطلعاته[2]".

ومثلت سنوات الستينيات والسبعينيات من القرن الماضي، مرحلة حاسمة في تطور مؤسسات الدولة التسلطية في البلدان العربية جميعها عبر العديد من الأطر التشريعية والقوانين التي سمحت للدولة بالتدخل في الاقتصاد والمجتمع عبر تأميم مصادر الثروة، ونتج لذلك تحكم الدولة بتوفير فرص العمل للمواطنين، "وأصبحت الدولة مسؤولة عن عملية إنتاج الثقافة داخل المجتمع الأمر الذي جعلها تتحكم في تشكيل الوعي المجتمعي[3]".

---

(١) د. محمد عابد الجابري، ((إشكاليات الفكر العربي المعاصر))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط٤، ٢٠٠٠م، ص٥١.

(٢) حليم بركات، ((المجتمع العربي في القرن العشرين، بحث في تغير الأحوال والعلاقات))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٠م، ص١٩ص٢٠.

(٣) خلدون حسن النقيب، ((الدولة التسلطية في المشرق العربي المعاصر . دراسة بنائية مقارنة))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٩١م، ص٢٠٢.

نقلا عن: نجاد البرعي ومجموعة باحثين، ((الاستثمار في المستقبل.إستراتيجية تطوير القدرات المهنية والقانونية للإعلاميين العرب))، عمان، مركز حماية وحرية الصحفيين، مطابع الدستور التجارية، ٢٠٠٦م، ص١٤.

فبدأت تظهر اتجاهات متباينة في الاتصال التنموي، أولها "اتجاه إسلامي يرى معالجة موضوع الاتصال التنموي من منظور إسلامي، لأن في التراث العربي الإسلامي من المشكلات والتحديات ما يغني الدراسات الاتصالية العربية عن التقليد، ويسعى الاتجاه الثاني إلى إعادة صياغة إشكالية علم الاتصال العربي الحديث على ضوء الواقع وطموح المجتمع العربي، إما الاتجاه الثالث عالج الموضوع من منظور التبعية، ولكنه فشل وأسفر عن مجموعة نتائج، ومنها تبعية العرب للنظام الراسمالي، والفشل في تحقيق الحد الأدنى من الإشباع للحاجات الأساس للجمهور، وتعميق التجزئة والاغتراب الثقافي بالعمل على محاكاة الأنماط الغربية في المجال الثقافي والاتصالي، وهدر الإمكانيات العربية". وتبدو الخطورة، إذا اخذ في الاعتبار غياب الديمقراطية لاسيما في مجال الاتصال، وقلة المشاركة الشعبية، "وهي المستهدفة بعمليات التغيير الاجتماعي والثقافي الذي يعد جوهر الاتصال التنموي"[1].

"ويواجه العرب والدول النامية تحدي، يكمن في الاحتفاظ بقيم حضارتها، ومثلها مع ممارسة التقدم التكنولوجي والاجتماعي في الحضارة المعاصرة. ولهذا يستهدف الاتصال التنموي، تنمية الثقافة المعاشة، "فالثقافة هي أساس التنمية"، ولا يمكن تصور تنمية، بعدّها قيم ونمط حياة ووسائل مادية واجتماعية، إلا عن طريق حضارة وثقافة معينة، ولا تكون الثقافة بعدا من إبعاد التنمية ولكنها تكون هي التنمية نفسها"[2].

وتحتاج الثقافة العربية إلى تجديد قضاياها، إذ إنّ قضايا الحرية وحقوق الإنسان والعدالة والحق بالمشاركة هي جوهر التجديد ومضمونه. والابتعاد عن

---

(١) د.راسم محمد الجمال، ((الاتصال والإعلام في الوطن العربي))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط٢، ٢٠٠١م، ص١٩٦ص١٩٩.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص٢٠٤.

السجال السياسي بعدّه فعل إرادة وقائماً في الحاضر، أما الثقافة فهي فعل ممتد الإبعاد في الماضي وفي المستقبل، لها إن تكون عنصرا أساس في الفعل السياسي، لكنها تبقى منفصلة مادام السياسي لا يعبر عن تطلعاتها، وهو جوهر التفتيت الذي يحصل اليوم في الوطن العربي. فيتوجب على الإعلام التعامل مع المتغيرات الحالية بعدّها تجديدا معرفيا وليست مناخا سياسيا، والتحول نحو السجال الاجتماعي بين البشر في القضايا المذكورة أعلاه للإفادة من التراكم المعرفي لنأخذ مكاننا في ثقافة العصر وإعلامه البديل[1].

إما عن أهم أولويات الاتصال التنموي "الاعلام البديل" هي[2]:

١- **تعديل القيم الاجتماعية المختصة بالمجتمع العربي**، وأنماط السلوك الاستهلاكي الضارة في السلع الغذائية والمياه والطاقة، وإعادة تجديد البنى الأساس.

٢- **دعم الولاء لمفهوم الدولة إلام**، إذ لم تزل فكرة الولاء للدولة هشة، في مقابل الولاء للقبيلة وأفخاذها، وإعادة بناء الهوية الثقافية .

٣- **الاهتمام بالإبداع والحلول الجديدة** والمبتكرة في معالجة المشكلات الاجتماعية.

٤- **تعليم مهارات وقيم جديدة وسلوكيات** حديثة، ومقاومة العادات الاجتماعية الضارة.

٥- **مناقشة وضع السياسة واتخاذ القرار**، وتوسيع دائرة المشاركة السياسية عن طريق التوعية بضرورة المشاركة بالانتخابات مثلا .

---

(١)د. محمد عابد الجابري وآخرون، ((العرب والعولمة ..مصدر سبق ذكره))، ص٣٢٤ ص٣٢٥ .

(٢) د.راسم محمد الجمال، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٠٤.



المبحث الثاني

العلاقة بين الاتصال والقيم الثقافية

أولا: العلاقة بين الاتصال والثقافة والمنتج الثقافي

تبدو الثقافة "نوعاً من الرأسمال يكون المجتمع مستودعه، ولا تستطيع أية ثقافة أن تؤكد خصوصيتها من دون أن تظهر اختلافها قياساً إلى الثقافات التي تقيم علاقة معها"، ويتطلب تحديد الثقافة الانفتاح على الميادين التي تشملها الثقافة، والاعلام جزء من الثقافة وعنصر من العناصر التي تكوّنها، لأنه عاملاً رئيساً في تشكيل المجتمع، ولسان هذا المجتمع وعقله الذي يخاطب أفراده في الداخل، والخارج[1].

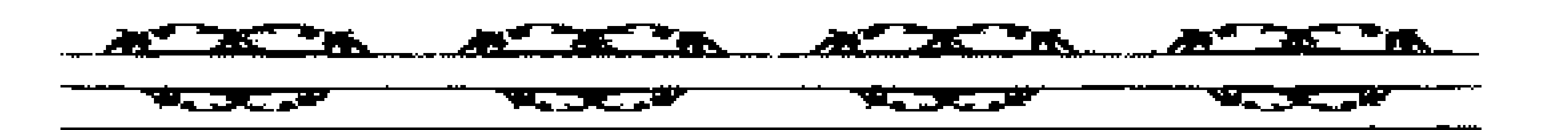
وتتداخل العلاقة بين الاتصال والثقافة، فنجد إن "العمليات الاتصالية كلها لا تخلو من تفاعلات ثقافية، وتشكل الثقافة المضامين التي تحملها العمليات الاتصالية، التي شكلت قيمة إستراتيجية، ليس فقط من اجل تنشيط النقاش الاجتماعي، لكن من اجل تحديث المجتمعات وزيادة فاعليتها الاقتصادية[2]".

ولا يستطيع الإعلام أن يتطور بعيداً عن الثقافة، لأنه عنصر من عناصرها، بل "لأنه يحتاج إليها كي يعمق خطابه، ويمنحه صفة ابعد من صفة المعنى الذي يستأثر به. فالإعلام ليس مجرد إعلام بالشيء، بل يخضع إلى آلية ثقافية قائمة بذاتها، وتسعى إلى توجيه من تخاطبه عبر الخطاب نفسه الذي يستحيل إن يكون

---

(١) التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية، مصدر سبق ذكره، ص٦٢٤، و صفحات متفرقة، ص٦٣٠ص٦٣١.

(٢) فيليب بريتون، ((يوتوبيا الاتصال- أسطورة القرية الكونية))، ترجمة: د.إياس حسن، دمشق، دار الينابيع، ٢٠٠٧م، ص٥.



محايدا. ومثلما يحتاج الإعلام إلى الثقافة تحتاج الثقافة إلى الإعلام لكي تتواصل مع المتلقي وتؤثر فيه[1]".

وتحتل الثقافة العربية مكانة شبه ثانوية في معظم وسائل الإعلام العربي "مكتوبة، ومرئية، ورقمية"، على الرغم من أن الإعلام يعدّ فضاءً ثقافياً له خصائصه التي تميزه، ويملك من التأثير على الجماهير ما لا تملكه أية أداة، فقد أصبح الإعلام العربي بمثابة "**المبشر" الذي ينتظره الملايين، لكنّ اشكاليته تكمن انه لا يحمل رسالة أو عقيدة، بل يحمل ما يمكن تسميته "الكاوس" الحديث "الفوضى"، ووردت في كتاب غاتاري وعنوانه "*Chaosmose*"[1].**

ولكن، "**تتميز الثقافة عن وسائل الاتصال في عناصر دالة، فالثقافة واقع يعيشه الفرد بصفة مباشرة، أما تجربة التفاعل مع وسائل الاتصال فرمزية غير مباشرة، وتتسع الثقافة كميا عندما تتحول إلى وسائل الاتصال كانتقال القصيدة إلى أغنية والحدث إلى الخبر...الخ، وقد تضيق الثقافة نوعيا عندما تسيء وسائل الاتصال تمثيلها. وفي الحالات كلها، تعد وسائل الاتصال تعبيراً جزئياً عن الثقافة المحيطة بها. ويكون الانتقال الدال قيميا من الثقافة إلى الاتصال وليس العكس[2]".**

وتتجدد الثقافة بالفعل والممارسة، أما الوسيلة فقد تولدت في فضاء الثقافة وسعت إلى التعبير عن بعض مظاهر الثقافة. وإذا كانت وسائل الاتصال قد أنتجت وساعدت على انتشار "الصناعات الإبداعية" ومن ضمنها الثقافة الجماهيرية، فإنها لم تصبح الثقافة في حد ذاتها[3]".

ويشكل "الاتصال والصناعات الإبداعية نموذجا اقتصاديا جديدا، بتحول المزيد من حياتنا اليومية إلى وسائل الاتصال، فأصبح كل من الاتصال والثقافة

---

(١) التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية، مصدر سبق ذكره، ص٦٣٢.

(٢) د.الصادق الرابح وآخرون، ((بعض التساؤلات حول علوم الإعلام والاتصال))، المؤتمر العلمي التاسع لكلية الآداب والفنون، استشراف المستقبل، جامعة فيلادلفيا، عمان، ٢٦- ٢٠٠٤/٤/٢٨م، ص١١١.

(٣) المصدر السابق نفسه، ص١٠٨.



تعبيرا للواحد عن الأخر فعندما تصبح أشكال الاتصال كافة سلعاً، فان الثقافة، وهي مضمون الاتصال، تتحول حتما إلى سلعة أيضا(1).

وتتميز النشاطات الاتصالية بكثرة عناصرها، لأنها "تجمع بين قطاع الثقافة والتعليم، والإعلام"*، فاتسعت دائرة النشاطات "غير المادية" في المجتمع. ويمكن عدّ **D. Bell** و**Z. Brzezinski** من الرواد الذين تطرقوا إلى هذه المسألة، بسبب التطور التقني الذي فرض نفسه، فتم إحلال نشاط معالجة المعلومات مكان النشاط الصناعي المتعامل مع المادة عن طريق إحلال الاتصال مكان الإنتاج الثقيل. وقد نتج عن هذه العملية، "إحلال القيمة– المعرفة– العلم مكان القيمة – العمل، وحدوث تغيرات في تركيبة الطبقات الاجتماعية، لاسيما اتساع دائرة الطبقة الحاصلة على مستوى تأهيل علمي عالٍ"، وتنطبق هذه الرؤية ما بعد الصناعية على الاتصال(2).

فقد تحول الاقتصاد العالمي نحو الإنتاج الثقافي بصفته الشكل السائد للنشاط التجاري، وظهر في شكل "منتجات ثقافية"، وثقافة الإنسان هي في المحصلة من صنعه، لأن الموارد لا قيمة لها إلا إذا فكر الإنسان فيها وادخلها في وعيه. "ولا يمكن إضافة عناصر جديدة للمحتوى الإجمالي لثقافة الإنسان إلا عن طريق الإبداع، ويعدّ المنطلق الأساس لدراسة التغير الثقافي"*. ويكمن الاختلاف بين

---

(1)Sarah Sanderson King,((Human Communication as a Field of Study)),New York:State University of New York Press,1989,p.111.

نقلا عن:المنجي الزيدي، ((مصدر سبق ذكره))، ص251 ص254.

* من ضمن مظاهر اتصال العولمة، تطرقت الباحثة للموضوع في الفصل الاول/ المبحث الأول.

(2)Daniel Bell,Vers la societe Post-industrielle,Ed.1,Robert Laffont,Paris,1976. Zbigiew Brzezinski,La revolution technetronique,Ed. 1,Calman – Levy,Paris,1971.

نقلا عن: د.الصادق الرابح، ((مصدر سبق ذكره))، ص550.

* التغير الثقافي: يقصد به كل تغير يحدث في الجوانب المادية وغير المادية للثقافة، بما في ذلك العلوم والفنون والفلسفة والتكنولوجيا والأذواق الخاصة بالمأكل والمشرب واللغة. فضلاً عن إلى التغيرات التي تحدث في بنيان المجتمع ووظائفه. والتغير الثقافي أوسع حدودا ومدلولا وشمولا من مفهوم التغير الاجتماعي، لان كل تغير ثقافي يتضمن بالضرورة تغيرا اجتماعيا. نقلا عن: د.عبد الغني عماد، ((مصدر سبق ذكره))، ص218.



الثقافات الإنسانية، في درجة تطورها التكنولوجي والثقافي، وبمعنى آخر "فان المضمون التكنولوجي وليس التكنولوجيا منفردة، في ثقافة ما، يحدد الكيان الاجتماعي، والاتجاهات الإيديولوجية لها"(١).

وعلى الرغم مما أحدثته التكنولوجيا من تغييرات، والمتمثلة في الأبعاد الكونية للإعلام، وممارسته تأثيرات في الحياة السياسية والثقافية والاقتصادية للشعوب. فقد شكل أيضاً قطاعاً صناعياً شديد الأهمية، ورأسمالاً رمزياً قابلاً للاستهلاك الكثيف، ويمكن القول: "إن الاتصال الجماهيري يشكل منظومة اجتماعية تقوم بنشاط يكمن في إنتاج، وإعادة إنتاج الثقافة، ونشر المعرفة التي تستطيع إن تجعلنا قادرين على إعطاء معنى لهذا العالم، فضلا عن تشكليها لإدراكنا عن الماضي وتفهمنا للحاضر"(٢).

وقد ركز دانيال بيل ***Daniel BELL*** في كتاباته على أهمية الثورة في قطاع الاتصال الجماهيري، بعدّه نموذج الثقافة الجديدة "الإنتاج الكبير والاستهلاك الواسع والهائل الخيارات الذي من الممكن فيه إرضاء الذوقين الكوني والمحلي"(٣).

ولمعرفة مكونات الثقافة، بنظرة شمولية لابد من التعامل معها بوصفها مجموعة من المنظومات الاتصالية المتداخلة، يمكن تصنيفها كما يأتي(٤):

١- منظومات التفكير والتمثلات: وتضم مجموع التصورات والرموز التي يستعملها الإفراد داخل ثقافة معينة لمعرفة أنفسهم، والى العالم حولهم، والتي يوظفونها في إنتاج المعرفة.

---

(١) عاطف عطية وعبد الغني عماد، ((البيئة والإنسان: دراسات في جغرافية الإنسان المعاشة والسياسة))، طرابلس، جروس برس، ١٩٩٨م، ص١٤٠. نقلا عن: د.عبد الغني عماد، ((مصدر سبق ذكره))، ص٥٩.

(٢) د.فريال مهنا، ((علوم الاتصال ... مصدر سبق ذكره))، ص٢٦.

(٣) Daniel Bell, Vers la societe Post-industrielle, Ed.1, Robert Laffont, Paris, 1976.
-Zbigiew

نقلا عن: د.عبد الغني عماد، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٢٦. " دانيال بيل عالم الاجتماع في جامعة هارفرد" .

(٤) د.محمد عابد الجابري، ((المسألة الثقافية ... مصدر سبق ذكره))، ص٢١٤.



٢- **منظومات المعايير:** وتشمل كل ما يتعلق بالقيم الأخلاقية والدينية والجمالية التي يستند عليها الناس، داخل ثقافة معينة، في الحكم على الأفعال والسلوك.

٣- **منظومات التعبير:** وتشمل الكيفيات المادية والصورية "الرمزية" التي يتم بها الإفصاح عن التصورات والقيم والتعبير عن الإحساس والأفكار.

٤- **منظومات العمل:** وتشمل الوسائط التقنية التي تمكن من السيطرة، بصورة ملائمة بدرجة ما، على الوسط الذي يعيش فيه الناس داخل ثقافة معينة.

ثانيا: العولمة وثقافة الاتصال العالمية

تعرف "ثقافة العولمة"*، سلبا: "أنها ليست الثقافة المكتوبة، أو أن الكتابة ليست من أدواتها الوظيفية ووسائط انتشارها، فهي تتوسع في وسط من التراجع للثقافة المكتوبة. فهي، ثقافة ما بعد المكتوب، وليست ثقافة ما بعد المكتوب سوى ثقافة الصورة". وأيضا "الدخول شبه الكامل في عصر الشفاهية أو ما يعرف باللغة الإعلامية الجديدة المتراوحة بين العامية والفصحى"[(١)].

فتعمم ثقافة الصورة في امتداد التراجع الكبير لمعدلات القراءة، "والتفتت الذي سيصيب نظام القيم، فيكرس منظومة جديدة من المعايير ترفع من قيمة النفعية، والفردانية، والقيم المادية الغرائزية المجردة من أي محتوى أنساني. وستغدق ثقافة العولمة على الجسد ما سيفيض عن حاجته من الإشباع، تماما مثل العولمة الاقتصادية، غير أنها ستذهب بالمحتوى الأخلاقي والإنساني لسلوك الناس"[(٢)].

وتتطلع العولمة الثقافية إلى توسيع فضاء الثقافة لتشمل المجتمع العالمي، بعدّ "الثقافة سلعة كباقي السلع الأخرى"، بحكم "تناسق حاجات المستهلكين تحت ضغط التكنولوجيا الجديدة ووسائل الاتصال ومعيارية السلع"[(٣)].

---

* "فعل اغتصاب ثقافي وعدوان رمزي على سائر الثقافات". أنها رديف الاختراق الذي يجري بالعنف المسلح بالتقانة فيهدر سيادة الثقافة في سائر المجتمعات التي تبلغها عملية العولمة.د.عبد الاله بلقزيز وآخرون، ((العرب والعولمة))، مصدر سبق ذكره، ص٣١٨.

(١) المصدر السابق نفسه، ص٣١٤ص٦٩.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص٣١٦.

(٣)د.يحيى اليحياوي، ((في العولمة والتكنولوجيا والثقافة - مدخل إلى تكنولوجيا المعرفة-))، بيروت، دار الطليعة، ص٣١.



فقد أصبح السوق الدولي، المتميز بالعولمة والشمولية، "تقاسم مجموعات من الإفراد، بغض النظر عن حدودها الوطنية، طرق الحياة، وأنظمة القيم، والأولويات، والأذواق ... وبالتالي العقليات السوسيو- ثقافية ذاتها"(١).

ويقول نعوم تشومسكي وادوارد هيرمان: "يمكن نظام وسائل الاتصال الجماهيرية من نقل الإخبار والرموز إلى الجمهور العريض، فوظيفة الوسائل هي تسلية الإفراد وإخبارهم ...، وأيضاً إقحام هؤلاء الإفراد في القيم والمعتقدات ونظم التصرفات الكفيلة بإدماجهم في الهياكل المؤسساتية للمجتمع الواسع، وكي يستقيم هذا الدور في عالم تتركز فيه الخيرات وتشتد فيه الصراعات، يجب انتهاج سياسة تشهير واسعة"(٢).

وتعدّ الثقافة والاتصال من الأمور الأساس في العلاقات الدولية، "وما يترجم ماديا بارتفاع الحصة التي يشكلانها في التجارة الدولية، ولاسيما بالنسبة لأمريكا، التي لم تفشل إثناء المفاوضات من اجل إنشاء "المنظمة العالمية للتجارة*"، في ترسيخ هذا الطرح"(٣).

وابرز أدوات العولمة الثقافية هي الشركات المتعددة الجنسيات*، والتي لها امتدادات في بلدان العالم لكن ارتباطها الأساس هو بالدولة الام إذ تصاغ الأهداف وترسم الخطط. فالانتشار دولي لكن التخطيط في نيويورك، وتسيطر على

(١)Mattelart, AComment resister a la colonization des esprits?,In:LeMonde Diplomatique, Avril1994

نقلا عن: د. يحيى اليحياوي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٣٢

(٢) Chomsky, N.,Herman.E.,Manufacturing Consent,New York,pantheon, 1988

نقلا عن المصدر السابق نفسه، ص٣٢.

* اتفاقية الجات: هي الصياغة القانونية لما يسمى بالعولمة، فهي تقنن إلغاء القيود كافة وتجعل العالم قرية كمركية وثقافية واحدة بمعنى الكلمة. هذه الاتفاقية، وبالمقاييس كافة، تعد انتصارا ليس له نظير، لا فقط لحرية التجارة ولحق المستهلك في الاختيار ولمبدأ الأرض لمن يستثمرها وحسب، بل ولوحدة وحرية الثقافة العالمية، وذلك إن لم تكن تعريفا جديدا لمفهوم الحرية في حد ذاته.

(٣)د.يحيى اليحياوي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٣٦.

* تسيطر حوالي ٢٠٠ شركة كونية على ٨٠٪ من الممتلكات الإنتاجية في العالم.

تكنولوجيا الإنتاج والتسويق الإعلامي، وتتخطى الحدود السياسية أما باستبدال الرؤساء والحكومات أو بتشكيل كتل ضاغطة لتوجيه السياسات والقوانين وفق مصالحها. وتستثمر العولمة مكتسبات التكنولوجيا في ميدان الاتصال لاسيما البث الفضائي والانترنيت التي تشكل بنيتها التحتية الأساس، لصياغة ثقافة تروج للايديولوجيا الرأسمالية المسيطرة ونشرها عالمياً. وتعدّ غزواً ثقافياً يعمل على تأطير عقل الإنسان ويحاول محو ثقافته المحلية وإضعاف مخيلته المبدعة عن طريق تقديم نماذج جذابة، وإيقاعه في استلاب عقلي، معرفي عقائدي في محاولة للوصول إلى مجتمع عالمي متشابه الأفكار والقيم والميول والسلوك. لذلك فقد كثر في الآونة الأخيرة تردد تسميات مثل المجتمع الدولي، والمنظمات الدولية، والاقتصاد العالمي، والسلام العالمي في وسائل الإعلام المختلفة تأكيدا لنظام العولمة[1].

وتتسم ثقافة العولمة بالسمات التالية[2]:

١- التسامح الثقافي المبني على مبدأ النسبية الثقافية.

٢- إطلاق الطاقات الخلاقة للإنسان في سياقات ديمقراطية على المستويات كافة.

٣- العودة إلى إحياء المجتمعات المحلية وتقليص مركزية الدولة وإحياء المجتمع المدني.

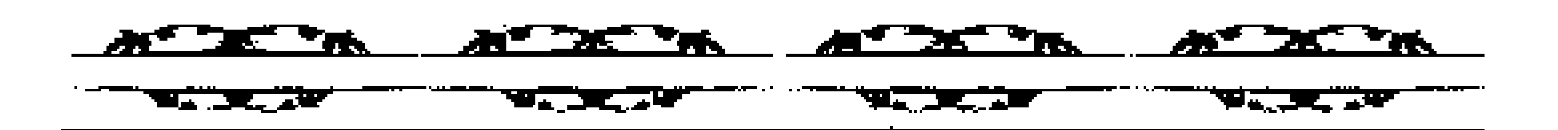
ويقول الجابري عن ثقافة العولمة: "إننا معرضون لغزو ثقافي مضاعف: الغزو الكاسح الذي يحدث على مستوى عالمي، والغزو الذي تمارسه علينا الدول الاستعمارية، أما الوسائل فهي نفسها: الاتصال بالمعنى الواسع، الذي يغزو العقل والخيال والعاطفة والسلوك، ناشرا قيما وأذواقا وعادات جديدة تهدد الثقافات الوطنية في أهم مقوماتها ومكامن خصوصيتها"[3].

---

(١) د.يحيى اليحياوي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٣٦.

(٢) السيد يسين وآخرون، ((العرب والعولمة... مصدر سبق ذكره))، ص٢٤.

(٣) د.محمد عابد الجابري، ((المسألة الثقافية... مصدر سبق ذكره))، ص٤٤.



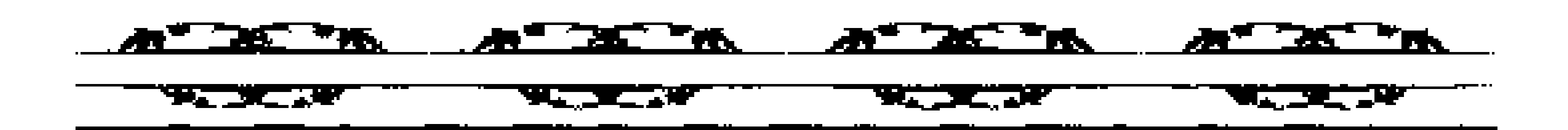
فتعميم الاستهلاك وفرض نمط معين على الشعوب، تسود فيه السلع الكمالية والوسائل الترفيهية ..هو الهدف من الاختراق الثقافي، والاستتباع الحضاري. فالاختراق الثقافي كما يسميه الجابري إنما هو: "مرحلة غزو للنفوس، والهدف من إخضاع النفوس إنما هو غزو العقل، وتوجيه الخيال، وصنع الأذواق، وترسيخ نوع معين من القيم، وتكريس إيديولوجيا خاصة، إيديولوجيا الاختراق"، كمرحلة لتوسيع الفضاء الإنتاجي وتكريس نموذج الاستهلاك الغربي. ويعدّ المجتمع الاستهلاكي في الغرب تتويجاً طبيعياً للمجتمع الإنتاجي، أما في المنطقة العربية، فيقمع نمط الاستهلاك المجتمع الإنتاجي عن طريق إغراق الأسواق بالسلع الراقية، مما يؤدي إلى كساد المنتجات الوطنية ومنعها من التطور[1].

ويكمن تحدي العرب بما يسمى "ثقافات قومية، وتوظيفها لصنع الثقافة العالمية"، بمعنى "إنتاج سلعة ثقافية تصلح للعالم كله، وليس لاستهلاكها محلياً"، فتعني العالمية الاعتراف بالأدوار، بحيث يكون العالم منفتحاً على بعضه مع الاحتفاظ بتنوعاته، وهذه السمة البارزة في الثقافة العالمية: الاعتراف بالآخرين، احترام خصوصياتهم. وأنتج هذا الأمر حالة الحوار بين الثقافات والحضارات والدول والشعوب والمصالح والأديان وما إلى ذلك. فالعالمية لا تعني الهيمنة الاقتصادية كما لا تعني الهيمنة الثقافية، وإنما تعني التنوع وانفتاح الثقافة الخاصة على الثقافات الأخرى[2].

---

(١) المصدر السابق نفسه، ص١٩٨ص١٩٩.

(٢) مدحت محفوظ، ((العرب ومستقبل الثقافات القومية- لماذا نحن دائما في الجانب الخطأ من معركة الحضارة؟))، القاهرة، الناشر المؤلف،٢٠٠٨م، ص١٢، النسخة الالكترونية للكتاب :
http://everyscreen.com/views/culture.htm.pdf



ثالثا: الأمن الثقافي العربي

ويعرف: "بقدرة المجتمع على صون خصائصه المميزة رغم الظروف المتغيرة والتهديدات الثقافية الحقيقية أو المفترضة. ويشمل: اللغة، والذاكرة الجماعية والهوية، والممارسات الوطنية أو الدينية، مع قدرة المجتمع على انتقاء وإجازة بعض التغيرات المقبولة"(1).

ولم يعدّ في الوقت الحالي، إمكانية "إخضاع الأبدان" لتوسيع نمط الاستهلاك، وفرض النموذج الغربي، "فتفننت" ثقافة العولمة في ابتكار وسائل جديدة، وتمثلت في تفويض الأمر للنخب السياسية الحاكمة والنخب المثقفة التابعة لها، وهم مجموعة العاملين بالكلمة بشتى إشكالها المنطوقة أو المكتوبة أو المصورة أو المغناة... المؤثرين بها على وعي الناس المتلقين، والمؤمنين بعالمية الثقافة، وانصرفوا عن دورهم التثقيفي باستثناء اهتمامهم بالثقافة المحققة للعيش الرغيد، ثقافة التضليل المعرفي، لإشاعة الوعي الزائف وإخفاء الحقائق عن الجمهور والتستر على التقصير، والفوضى والفساد ونهب الأموال العامة"(2).

ويقول الجابري: يعبر هولاء "عن مخاوف وأوهام يحركها الشعور بالغربة أو بالهامشية أو الخوف من فقدان امتيازات معينة"، وهي الدوافع "التي جعلت بعض المثقفين العرب يتحولون إلى عملاء للغرب، فحال هؤلاء معروفة إذ جلهم يتخذ من الجهل ثقافة ومن الاغتراب* حداثة، والانشغال بهم بالتالي مضيعة للوقت

---

(1) . Jean Tardif, Intercultural Dialogues and Cultural Ssecurity,globalpolicy.org نقلا عن: د.سمير إبراهيم حسن، ((الثقافة والمجتمع))، دمشق، دار الفكر، ٢٠٠٧م، ص٤٥١.

(٢) د.يحيى اليحياوي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٤٢ص٤٣.

* الاغتراب: "حالة اللاقدرة او العجز التي يعانيها الانسان عندما يفقد سيطرته على منتجاته وممتلكاته، فتُوظّف لصالح غيره بدلاً من صالحه الخاص. وبهذا يفقد الفرد القدرة على تقرير مصيره والتأثير في مجرى الاحداث بما فيها تلك التي تهمّه وتسهم بتحقيق ذاته وطموحاته".

نقلا عن: د.حليم بركات، ((الاغتراب في الثقافة العربية: متاهات الانسان بين الحلم والواقع))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٦م، ص٢٧ص٢٨.

وتمر عملية الاغتراب بمراحل:١مصادر الاغتراب "التجزئة والتفتت الاجتماعي، هيمنة الدولة على المجتمع، ازمة المجتمع المدني. وتسلط الانظمة الاجتماعية، مثل هيمنة المؤسسات الدينية. والتبعية والسيطرة الخارجية على الموارد العربية بالتحالف مع الحكام والطبقات المهيمنة.٢تجربة اغتراب الانسان على صعيد الوعي الذاتي وفي علاقاته بالمجتمع.٣- نتائج الاغتراب السلوكية بدائل العزلة، والخضوع والتمرد أو الثورة في سبيل تغيير الواقع المُعاش. المصدر السابق نفسه، ص٦٠.



وإشغال الناس بما لا يجدي[1].

وما يهابه الحكام ونخبها المثقفة ليس الانفتاح كخطاب، بقدر ما تهاب تبعاته المحتملة كمطالبة الشعوب بحقها في الديمقراطية وبحقها في ممارسة السلطة في الاتصال. وهو ما يدفعها إلى التعامل مع مسألة "الأمن الثقافي" من منطلق امني. ولا تكون مواجهة الاختراق الثقافي في مواجهة الآخر فحسب، بل تكون في فضح ممارسات الحكام ونخبها المثقفة[2].

ولا يمكن فصل الأمن الثقافي عن الإبعاد الأخرى، فالأمن الثقافي، بعد من أبعاد الأمن الوطني والقومي الشامل الاقتصادي والسياسي، والعسكري أيضا. ويزداد أمنه بقوتها، ويقل بضعفها. ولا تكون إستراتيجية تعزيز الهوية أو الأمن الثقافي فعالة دون التدخل في تقوية أبعاد الأمن القومي[3].

ويتطلب تعزيز الأمن الثقافي "التخطيط الاستراتيجي"* بعيدا عن الارتجالية في ضوء واقع الثقافة العربية والمتغيرات العالمية، و[4]:

١- **تحرير الثقافة من عبء السياسات الرسمية**: لاثقافة متجددة ومتطورة تحت وطأة العنف والتسلط. فيحتاج التفاعل الثقافي إلى احترام الحريات العامة، والإقرار بدور المثقفين بعيدا عن أجواء الارتزاق والتبعية.

٢- **النهوض بالعملية التعليمية**: إذ ليس التعليم عملية تلقين، بقدر ما هو حث للنفوس والعقول على التفكير والإبداع، تمهيدا لتبديل السلوك الاتكالي بسلوك الإنتاج الفكري والثقافي المبدع.

٣- **ربط الاتصال بالأهداف الثقافية**: تفترض الإفادة من وسائل الاتصال في العملية الثقافية تشجيع إنتاج الأفلام العلمية والاجتماعية، ذات الاتجاه

---

(١) د.محمد عابد الجابري، ((المسألة ... مصدر سبق ذكره))، ص٢١٠.

(٢) د.يحيى اليحياوي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٥٠.

(٣) د.سمير إبراهيم حسن، ((مصدر سبق ذكره))، ص٤٥١.

* تحديد الأهداف، وتحديد القوة، وتحديد الاتجاه الرئيس للعمل.

(٤) د.عدنان السيد حسين وآخرون، ((الثقافة العربية ...))، مصدر سبق ذكره، ص٢٠٧.



الهادف. بدلا من أن تبقى وسائل الاتصال العربية في حالة تلقٍ، واستيراد القيم الغربية، ويمكن أن تتحول إلى ساحة حوار خلاق بين القيم والثقافات على قاعدة التوازن في العلاقات، واحترام الخصوصيات الحضارية، على الرغم من هذا التنظيم عالمي يحتاج إلى مساهمات قانونية، ومناخ سياسي ملائم[1].

٤- **التنمية الثقافية المستدامة**: زيادة الإنتاج الثقافي بعد تراجع ملحوظ في إنتاج ونشر الأبحاث الجامعية، والكتب، ...الخ[2].

رابعا: القيم وحتمية* الاتصال

"وتمثل القيم المستوى الأعلى من الثقافة، ومصدرها في الأساس الدين، ولا يكون الإنسان مصدر القيم، وإنما أداة تتجسد فيها القيم. ويكون عمل الإنسان منطقي إذا كان وثيق الصلة بالقيم، ومصدر العمل هو النشاط العقلي. وإذا كان سلوك المجتمع مرتبطا بالنشاط المنطقي كان الفعل منطقيا، وان كان مرتبطا بالقيم كان منطقيا وقيميا، والقيمة أعلى من المنطق. إذاً، يتضمن سلم الثقافة أبعادا ثلاثة: القيم والمنطق* والسلوك[3]".

وليس النظام السمعي البصري مجرد تقنية للتلقين، بل هو "**كيفية جديدة لوعي العالم والتعبير عنه، وهيمنة الثقافة الأجنبية على وسائلنا ومحتواها أدى إلى جعل مضمون وسائل الإعلام العربية يسهم بصورة عامة في تغريب المواطن عن مجتمعه بدل تسهيل مشاركته في أمور هذا المجتمع، عن طريق تقديم مضمون إعلامي يشعر المواطن بأن لا صلة له، مع ما يراه في وسائل الاتصال من مضمون. وفي**

---

(١) د.عدنان السيد حسين، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٠٨ص٢٠٩.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص٢١٠.

* **الحتمية: Determinism هي فكرة او مبدأ او نظرية، النتائج "في سلوك البشر او في المادة" وهي نتاج ضروري لأسباب سابقة عليها.**

* **المنطق**: هو المفهوم الأساس في فكر الإنسان وعلاقته بالآخرين، وهو مصدر كل مجتمع، ومنه تأتي مبررات الحرية والعدالة والمساواة. ومع انهيار المنطق تحولت العلاقات الإنسانية في ظل سيادة القانون الاقتصادي وسيطرة المادة السلعية على مجمل الحياة، إلى شكل من التحكم والخضوع.

(٣) د.عبد الرحمن عزي، ((دراسات في نظرية الاتصال: الثقافة وحتمية الاتصال.مصدر سبق ذكره))، ص١٠٦.



حال قبوله بما تعطيه هذه الوسائل يرى نفسه مندفعا للثورة على قيمه وطرق معيشته وتحول دون إشراكه في عملية التنمية[1].

وتؤدي وسائل الاتصال العربية رسالتها في برامجها، إذا ما التزمت "بالاتصال القيمي" الذي يسعى إلى "تأطير الوضع انطلاقا من الخيال: أي سعي الإعلام إلى السمو بفعله وقيمه إلى الحقيقة المرتبطة بالمعتقد، فيعرض ما هو كائن بناء على ما ينبغي إن يكون، فالأصل في الاتصال هو الثقافة، الرسالة التي يجب إن تضيف شيئاً، أو لا تكون ثقافة غير واعية[2]".

وتتحكم المنظومات القيمية للأفراد في إنتاج الأشكال المختلفة لأنماط السلوك. لذلك فإن عالم الاجتماع الفرنسي بيار بورديو عندما يتحدث عما يسميه "بناء العقول"، فإن المقصود "أن عملية بناء العقل تستند إلى مجموعة من القيم، يتم اختيارها وترتيبها وفق النسق القيمي المراد تجذيره في العقل وبالتالي في القاعدة السلوكية". وعلى الرغم من كل ثقافة تحمل منظومتها القيمية التي تميزها، فإن مشروع العولمة الثقافية قد نجح في جعل حجم القيم المشتركة للمجتمعات اليوم أكبر. وأمام مشكلة تبدل القيم في القرن الواحد والعشرين، يقول ادغار موران إنه "حصل تبدل مع تنامي الاستقلالية والمسؤولية الفردية، لأن الإلزام لم يعدّ يأتي من الدين، ولا من المجتمع، وإنما من الفرد ذاته، أي أن الإلزام قد أصبح معزولا، ينتج ذاته ويبررها. وهذه الوضعية يجب أن تتطور تبعا للوعي بأن ما هو إنساني ليس الفرد لوحده، ولا المجتمع ولا جنسنا البيولوجي، وإنما الثالوث المكون من المصطلحات الثلاثة في تداخلها". وفق هذا المنظور، تصبح القيم متعلقة إذن بالفرد عن طريق مسؤوليته وكرامته وفضيلته وشرفه، وأيضا متعلقة بالمجموعة وبالجنس البشري، لاسيما في سياق العولمة[3].

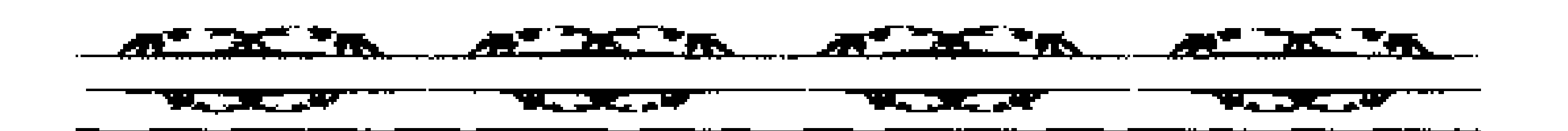
---

(1) نبيل دجاني وآخرون، ((العرب والعولمة... مصدر سبق ذكره))، ص٣٣٦.

(2) د.عبد الرحمن عزي، ((دراسات في نظرية الاتصال..مصدر سبق ذكره))، ص١٢٢.

(3) آمال موسى، عرض كتاب في جريدة الشرق الأوسط((القيم إلى أين؟ قيم مجتمعات القرن٢١.. جدية أم عابثة))، ع١٠٤٦٦٤، الأربعاء ٢٥/ يوليو/ ٢٠٠٧م. نقلا عن:

http://www.ashargalawsat.com/default



خامسا: جدلية قيم حتمية تقنية الاتصال والمجتمع

يمكن النظر للتغير الاجتماعي برؤية "حتمية" التحول في ثلاث مسارات. أولهما، ما يعرف "بالحتمية التقنية" *Technological Determinism*. وثانيهما، ما يعرف "بالحتمية الاجتماعية" *Social Determinism*، وإن لكلا المسارين وجهات نظر تدعم تفسيره، إلا إن التفسير الذي قدمه بعض المفكرين "في اختلاف معدل التغير في كل من الثقافة المادية واللامادية، نتيجة التأثير التقني في المجتمعات يعد الأساس في التحليل الاجتماعي لتقنية الاتصال"(١)، مع احتمال "حدوث تصادم بين التغير التقني والتغير الثقافي"، ويترتب عليه خلل وظيفي مما يؤثر في تفكير أفراد المجتمع، وتتوتر القيم والإيديولوجيات السائدة، وقد اشتهر كلٌ من كارل ماركس، ووليام اجبرن، فيما قدماه من آراء بهذا الشأن(٢).

وتبرز الحتمية الاجتماعية في مقابل الحتمية التقنية على أساس "أنّ القوى الاجتماعية بأنواعها تمتلك زمام تطور التكنولوجيا، وتؤثر في تطويرها وتوجيهها. واشتهر في هذا الاتجاه، الأمريكي لزلي وايت(٣).

وقدم وايت الطرح التالي: "إن النسيج الاجتماعي هو الثقافة المتقدمة بخطى التكنولوجيا، وتبنى المجتمعات البشرية ثقافيا بواسطة المادية التكنولوجية، وتبنى اجتماعيا بفعل التطور الاجتماعي، بمعنى جدلية الاجتماع/ التقنية(٤).

---

(١) د.علي محمد رحومة، ((الانترنت والمنظومة التكنو- اجتماعية))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٧م، ص٧٥.

(٢)www.cartoon.ecn.purdue.edu/birkhaus/H515pt1a.html

(٣)www.cartoon.ecn.purdue.edu/birkhaus/H515pt1a.html

نقلا عن: المصدر السابق نفسه، ص٨٠.

(٤) Encylopedia Britannica([Chicago, IL]: University of Chicago Press, 1989), vol. 8, p. 331.

نقلا عن: المصدر السابق نفسه، ص٨٣.



"وتعدّ وسائل الاتصال عنصرا أساسا في المجتمع، لكن النظر إليها على أنها أساس عملية التغير الاجتماعي ينقلها إلى دائرة "الحتمية"، وهذا ما رفضه علم الاجتماع المعاصر. وتؤدي الثقافة اللامادية، كالإيديولوجيات السياسية والاجتماعية إلى تغير واسع في حياة المجتمع، أكثر من تأثير الثقافة المادية في بعدها التكنولوجي، ولكن يصعب قياس هذه التغيرات "التغير المادي واللامادي"، مما أدى إلى إطلاق النظرة النسبية"[1].

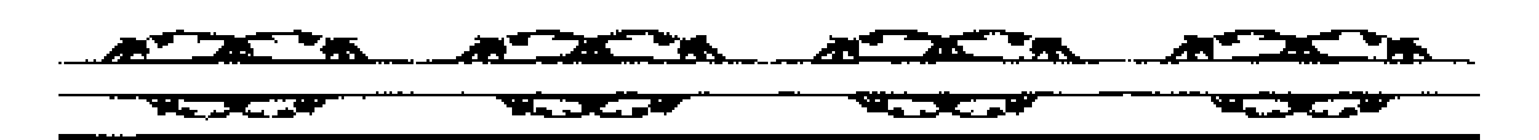
ويأتي على غرار لزلي وايت في جدلية الثقافة أو المجتمع/ التقنية، الألماني هربرت كارل ماركوس ١٨٩٨م- ١٩٧٩م، ولاسيما في رؤيته: "الإنسان ذو البعد الواحد"، وأهم مرتكز لما طرحه، "خلق المجتمع الصناعي المتقدم حاجات وهمية، وبدورها دمجت الإفراد في نظام قائم على الإنتاج والاستهلاك عن طريق وسائل الاتصال، والدعاية. وكانت النتيجة: الكون ذو البعد الواحد، من حيث الفكر والسلوك"[2].

ثم ظهر مفهوم الحتمية المعلوماتية في بداية الألفية الثالثة، إذ "لم يعد يقاس مدى تقدم الدول، على أساس نتاجها القومي فحسب، بل: إجمالي نتاجها المعلوماتي القومي". وأهم المفكرين في هذا، هو سكوت لاش عالم الاجتماع، إذ اهتم بالتغير المعاصر في عصر "ما بعد الحداثة"، ونبه إلى تناقض عصر ما بعد الحداثة، لأنه يفرض على الإنسان صعوبة العيش فيه دون أدواته الاتصالية التي تربطه بالمجتمع. فمثلاً، "لا نستطيع العمل من دون هاتف نقال، أو الحاسوب، ..."، أي أشكال تقنية للحياة الاجتماعية. ويؤكد سكوت لاش "أنه تصبح لإشكال

---

(١) د.عبد الغني عماد، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٠٦.

(٢)Herbert Marcuse, <<One Dimensional Thought,>> Transcribed Andy Blunden, 1964.
http://www.marxists.org/reference/archive/marcuse/works/one-dimentionalman/ch05.htm
نقلا عن: د.علي محمد رحومة، ((مصدر سبق ذكره))، ص٨٢.



الحياة خصائص جديدة عن طريق العمل بالتكنولوجيا، واهم هذه الخصائص: هي أن "تتسطح أشكال الحياة، ويتفاعل كل شيء عن طريق وسائل الاتصال"[1].

ولا يمكن القول إن عوامل التغير يمكن تعليلها بعامل وحيد، إذ يبين الواقع تساند عوامل عدة، "اقتصادية، وتعليمية، وأيدي عاملة، وجغرافية، وتكنولوجيا، وقادة مخلصون، وإعلام مسؤول، وإيديولوجيا موجهة"، تتفاعل هذه العوامل لإحداث التغير. لذلك يصعب تحديد العامل الفاصل في التغير، بشكل ديناميكي عبر الزمن. "ولكن نستطيع القول أن الثقافة فقدت السيطرة على المجال التقني، وتحولت إلى أداة تطوع ما تفرضه هذه التكنولوجيا من متطلبات. ويبرز ذلك في تقليد "الحتمية التقنية" ثم لاحقاً في "الحتمية الإعلامية"[2].

سادسا: الاتصال والرأسمال القيمي

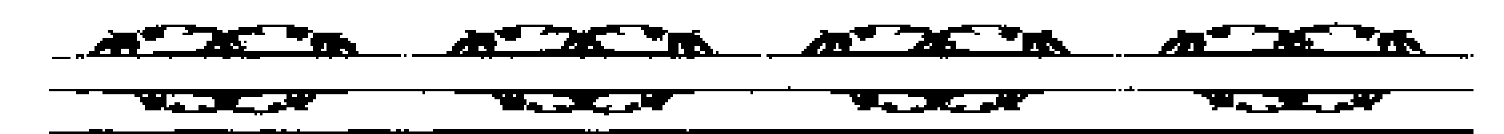
يتعلق الرأسمال القيمي بقيم المجتمع ومعانيه الثقافية، التي تشكل هويته وانتماءه إلى بيئة حضارية ذات أبعاد إنسانية عالمية. ويكون الرأسمال القيمي المرجع في أداء كل من الرأسمال المادي والرأسمال الرمزي، فالترابط بين العناصر الثلاثة المكونة للرأسمال أساس البناء الحضاري. ويحصل الآن تمزق في العلاقة بين هذه العناصر في التجربة المعاصرة في المنطقة العربية. وقد أسهمت عوامل تاريخية وأخرى سياسية ودولية في هذا التمزق، مما يجعل الرأسمال الرمزي يتحرك من دون مرجعية، ويتحول إلى مجال له حياة مختصة به من دون أن تكون له مساهمة حضارية تذكر، لاسيما وأن مشروع بناء الإنسان والحضارة بالمنطقة ما زال في إطار "المشروع". ويعمل هذا المجال الرمزي، ممثلاً بالفضائيات، على الدفع بالفرد والمجتمع إلى هامش الحضارة والتاريخ، والاكتفاء بدور المستهلك لمنتجات الآخر في الثقافة والماديات، وأشار مالك بن نبي إلى "أن الحضارة لاتقوم بتكديس منتجات الآخرين بل بإنتاج احتياجاتها في شتى المجالات"[3].

---

(1) Scott Lash,In:Theory,Culture&Society,vol.18,no.1(February2001),p.107. نقلا عن: المصدر السابق نفسه، ص٩٢ص٩٣.

(٢) عبد الرحمن عزي وآخرون، ((ثورة الصورة، مصدر سبق ذكره))، ص١١٢.

(٣) المصدر السابق نفسه، ص١٠٨.



"وهناك فائض في الرأسمال المادي والرأسمال الرمزي، عن طريق عدد وحجم الفضائيات العربية، وهناك عجزاً قيمياً بارزاً فيها، وهو المتغير الأساس في تفسير "هزيمة" هذا الفضاء الرمزي أمام تحديات هذه المرحلة التاريخية وتطلعات الأمة في مجال البناء القيمي للحضارة، ويستهدف الرأسمال بأنواعه الفضاء العام، أي المخيال الاجتماعي الإعلامي، ولاسيما الرأسمال القيمي. وينتمي هذا الفضاء إلى مجال الاستحواذ، إذ يتم التنافس فيه بفعل سلطته الكامنة ومكانته في إضفاء الشرعية والديمومة على الرأسمال المادي والرمزي"[1]. انظر الشكل.

الشكل يبين معادلة الرأسمال الرمزي الجديد في المنطقة العربية*

<table>
<tr>
<td>رأسمال سياسي
اقتصادي
• مجال النفوذ
الرأسمال الاقتصادي</td>
<td>رأسمال إعلامي
• مجال الاستقطاب
الرأسمال الرمزي
إنتاج جماهيري،
ومستورد، ومدبلج،
إنتاج فردي محدود</td>
<td>رأسمال ثقافي
• مجال تدافع
الرأسمال القيمي</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="3">المخيال الاجتماعي الإعلامي
• مجال الاستحواذ
ينتمي المتلقي إلى المخيال الإعلامي، إذ تمتزج فيه العادات والطقوس والكثير من التشوهات بفعل عصور الاستعمار وما تبثه هذه الوسائل من صور ذهنية.</td>
</tr>
</table>

(١) المصدر السابق نفسه.

* د.عبد الرحمن عزي وآخرون، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٠٩.



سابعا: الاتصال والبعد الثقافي، من القيمي إلى المرئي

تختزل الثقافة في "عصر الحداثة"* في "مجمل النتاج الإنساني في الأدب والعلم والفن، وما يبدعه الإنسان للتعبير عن خياراته". وبعد أن أضافت الحداثة الأبعاد السياسية للثقافة، "برز دور الاتصال كناقل موضوعي لكل هذه العلاقات ينشرها ويعقب عليها، وأصبح المؤتمن موضوعياً على إيصال الثقافة ونبضها الحسي سياسياً وفكرياً إلى الجمهور"[1].

ويعيش المجتمع المعاصر "حضارة الصورة" التي طغت في برامج التلفزيون، "مما اضعف الفضاءات الثقافية والقيمية المرتبطة بما هو رمزي في المجتمع، فتحولت الثقافة إلى صور تلغي البعد التأملي في إدراك الحقائق"، وتبين الدراسات الحديثة، أن كثرة مشاهدة التلفزيون تضعف الجانب الأيسر للدماغ الذي يقوم بعملية التحليل، فتضعف القدرة على التفكير وتمي الكسل الذهني، وتقوي الجانب الأيمن المتعلق باستقبال المعلومات ليس إلا[2].

* عصر الحداثة: حركة تجديد في أوروبا في حقول الإنتاج والأفكار وأنماط الحياة والحكم والفن خرجت على جمود سنوات العصور الوسطى. عُرِّفت الحداثة بأنها مقدرة الإنسان أن يعدل من قيمه بعد إشعار قصير للغاية. وتكمن حداثة الإنسان الحديث في مقدرته على التغير بسرعة، لأنه يعيش في بيئة كل ما فيها يتغير، بما في ذلك الطبيعة البشرية كما عُرِّفت الحداثة بأنها العلاقات الكونية، إذ يخضع كل شيء للتفاوض أي يتحول إلى مادة استعمالية. ويعني هذا أنه لا توجد طبيعة بشرية تتسم بقدر من الثبات، ومن ثم لا توجد إنسانية مشتركة، فتتعدد المراكز والرؤى والتطلعات والتوقعات وتسود النسبية المطلقة أو الشاملة، مما يقوض أي أساس للحوار الإنساني وللإنسانية المشتركة، إذ ستتمرس كل جماعة إنسانية داخل زمانها ومكانها، أي أن كل مجتمع بل وكل فرد، سيدور في إطار رؤيته الخاصة (قصته الصغرى). وهذا الافتراض الفلسفي شائع في الغرب، وقد بدأ يأخذ طريقه إلينا "رؤية المترجم".

ديفيد هاري، ((مصدر سبق ذكره))، ص٤١٨.

(١) د.عبد الرحمن عزي، ((دراسات في نظرية ...مصدر سبق ذكره))، ص٤٦ .

(٢) JOSEPH STRAUBHAAR AND ROBERT LA ROSE, COMMUNICATIONS MEDIA IN THE INFORMATION SOCIETY,WADSWOR SERIES IN MASS COMMUNICATION AND JOURNALISM(BELMONT,CA:WADSWORTHPUB.CO.,1997),P.427.

نقلا عن: المصدر السابق نفسه، ص٤٧.

وتوظيف هذه الوسائل بالطريقة المذكورة لم تحدث أي تطور على مستوى المعاني "القيم"، ويكمن التغير في الاستهلاك ومحاولة تقمص صورة الغير. وقد تكون هذه الوسائل قد أثرت إيجابيا أحيانا، مثل الوعي بالعالم الخارجي. واتسمت الصورة السائدة في برامج الفضائيات وعلاقتها بالقيمة "كالقيمة الأخلاقية والفنية، والسياسية"، بغيابها وفقدان الطاقة الضرورية في تجاوز عوامل التأخر الحضاري. فأوجدت ثقافة ترفيهية على حساب المعاني "القيم" الدافعة إلى الارتقاء. فأسهمت في إشاعة أو "دمقرطة الصورة"، فانعكست سلبا على مستوى التحصيل المعرفي للمواطن العربي، على الرغم من وجود **مضامين** تحاول أن تفلت من قيود الصورة مثل الحوارات في "القضايا القيمية"، التي تسهم في توجيه الجمهور العربي على التفكير الإبداعي للوصول إلى حلول للمشاكل التي تواجه المجتمع العربي(١).

ويعيش المجتمع العربي واقعا من المتشابهات عن طريق الفضائيات، ويحمل معنى دلاليا قيميا، وذلك محدود، ويستدرج الإنسان إلى أهوائه، وهو السائد في برامج الفضائيات العربية. وبعبارة الدكتور عبد الرحمن عزي: **"تقلصت المسافة بين ما هو سالب وموجب في غياب القيمة وتغييب العقل وإثارة الغرائز. وتجاوز هذا يتوقف على إعادة القيمة إلى مكانتها كقوى مرجعية في المجتمع ومدخل أساس لوسائل الاتصال الجماهيرية(٢)".**

وتتضمن القيمة اتصاليا: "المعنى، والتقنية، الفنية"، **"فتبقى القيمة من دون منتجات اتصالية فنية نوعية على "مستوى المجرد" الذي يصعب الارتقاء إليه في المجتمع الجماهيري الحالي، والفنون غير المؤطرة بالقيمة أشبه بالشيء الفارغ. ويستتبع ذلك القيام بتنمية لثقافة المكتوب* كعامل أساس في نقل التراث والثقافة**

---

(١)د.عبد الرحمن عزي، ((دراسات في نظرية ..مصدر سبق ذكره))، ص٤٨.

(٢) المصدر السابق نفسه.

* **إن انطلاق الحضارة الغربية تزامن مع اكتشاف الطباعة في القرن الخامس عشر وانتشار التعليم والمعرفة. واتساع دائرة الكتاب والصحيفة. وينطبق ذلك على الحضارة الإسلامية التي ازدهرت مع عصر تدوين الإنتاج العلمي والفكري في شتى المجالات.**



والمهارات. ويتضح أن المجتمع العربي انتقل إلى البث الفضائي من دون أن يمارس قيمه بشكل يجعله يتحكم في إنتاج مضامين برامج الفضائيات، فتحول إلى مستهلك لمنتجات الغير[1].

ثامنا: قيم الحداثة* وظهور الصناعات الإبداعية

يؤرخ للحداثة بالمدة منذ سقوط سجن الباستيل عام ١٧٨٩م وحتى سقوط حائط برلين عام ١٩٨٩م، إلا أنّ انجازات الحداثة وإخفاقاتها بلغت ذروتها في نهاية القرن العشرين[2].

وتشير الحداثة كمفهوم إلى: "جملة التحولات الاقتصادية والسياسية والفكرية التي حدثت وتبلورت في الغرب. ويعني مفهوم الحداثة المعقلنة، أي تنظيم وضبط الحياة الاجتماعية والاقتصادية والفكرية ضبطا عقلانيا، وإخضاع كل شيء للعقل، فلا شيء يعلو على العقل، بما في ذلك مجال المعتقد الاجتماعي والسياسي"[3].

وتحمل الأزمنة الحديثة الحداثة بقدر ما هي منتجة لأشياء جديدة، ذات قيمة أصيلة في تفتح الإنسان تاريخياً "أفكاراً، وأنظمة، وفنون مؤسسات، ومنتجات تكنولوجية، ... الخ". فالمقوم الحقيقي للحداثة، هو "الجديد القادر على الثبات في وجه التقليدي، فيتعايش معه أو يحل محله، في حركة صنع الإنسان لذاته وتاريخه. ويعدّ الإبداع شرطا أساسا لحركة الحداثة، الإبداع الذي له قيمة بقدر ما يحقق القيم العليا للإنسان. وعلى أساس هذا، يعدّ التغير الثقافي*

(١) د.عبد الرحمن عزي، ((دراسات في نظرية .مصدر سبق ذكره))، ص٤٩.

(٢) د.محمد حسام الدين إسماعيل، ((الصورة والجسد: دراسات نقدية في الإعلام المعاصر))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٨م، ص٥٢.

(٣) د.عبد الغني عماد، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢١٦ .

* التغير الثقافي: يقصد به كل تغير يحدث في الجوانب المادية وغير المادية للثقافة، بما في ذلك العلوم والفنون والفلسفة والتكنولوجيا والأذواق الخاصة بالمأكل والمشرب واللغة. هذا بالإضافة إلى التغيرات التي تحدث في بنيان المجتمع ووظائفه. والتغير الثقافي أوسع حدودا ومدلولا وشمولا من مفهوم التغير الاجتماعي، لأن كل تغير ثقافي يتضمن ضرورة تغيرا اجتماعيا. نقلا عن: د.عبد الغني عماد، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢١٨.



شرطاً أساساً للحداثة أيضاً[1].

ويتميز فكر الحداثة في قطاع "الصناعات الإبداعية" بخصائص منها، **الحركية**: إذ "تنتقل المنتجات الثقافية بسهولة، إلى جانب السرعة في التغير، بظهور نماذج حديثة للبنى التحتية للاتصالات في المجتمع والمتمثلة في وسائل انتقال المعرفة"، كالصحافة والإذاعة والتلفزيون والبث الفضائي والاتصال الحديثين، ويتضمن شبكة النت والهاتف النقال. كذلك **خاصية التمايز** إذ إن: "التباين في الوظائف هو نتيجة تقسيم العمل والتخصص الدقيق بما يفي باستخدام الوسائل التقنية الحديثة". وأيضا **العقلانية** فهي: "تحكيم العقل في تطبيق امثل للمعرفة العلمية". ثم **خاصية التصنيع**: إذ "تعد المنهج والوسيلة للتنمية الثقافية. وقد ظهرت نظريات اجتماعية عرفت بنظريات التحديث بناء على هذه السمات العامة[2].

وتضمنت النموذج الذي يحتذي به المجتمع العربي، ويتضمن في نقل التكنولوجيا والأنظمة الاقتصادية والاجتماعية من الدول المتقدمة إلى الدول النامية "التغريب"*، بالاعتماد على "الحتمية التقنية" في التطور، والتبعية للغرب من اجل الوصول إلى الحداثة، أما البديل المناسب لهذا النموذج فهو دراسة جديدة للباحث هاني شحادة الخوري بعنوان: "التحديث في المجتمع العربي"، وضح فيها: "**إن عدم تدخل الدول العربية في تطوير التقنية بذاتها وبأنماطها الاجتماعية الخاصة بها، إلا بقدر يسير لا يرفعها إلى مستوى الحداثة، التقدم. ولهذا تتضح أهمية تطوير المنظومة العقلية للمجتمع العربي، وفقا لظروفه الذاتية من تعليل وحوار وتفضيل، وللاتصال الجماهيري دور أساس في تحديد جديد لعلاقة المجتمع العربي بالعالم وفهمه لهذه العلاقة وذلك عن طريق إعادة النظر بأدوات المعرفة والقيم والمعايير**[3].

---

(1) د.ناصيف نصار وآخرون، ((فكر ابن خلدون الحداثة والحضارة والهيمنة))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٧م، ص١٥.

(2) د.علي محمد رحومة، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٠٧.

(3) هاني شحادة الخوري، ((الحداثة يجب إن تطال العقل العربي قبل رأس المال في الألفية الثالثة)). نقلا عن: http://www.balagh.com

وتشير مؤشرات الحداثة لمتغيرات تطرأ على البنية السياسية مثل، "تزايد المشاركة السياسية في عملية تحديد البدائل السياسية واختيارها، والتمثيل الديمقراطي وظهور الأحزاب والحركات الاجتماعية، وظهور شخصية "كوزموبوليتانية"*، وتوصف بأنها عقلانية قادرة على اتخاذ قرارات مبنية على المعرفة والحسابات الدقيقة للربح والخسارة، وتخيل ادوار جديدة، والتكيف مع الخبرات الجديدة، والتسامح وقبول الآخر"[1].

وتوصف أيضا، "بمشروع دائم التغير ومتوجه نحو الانجاز وتحقيق الذات، وتكون طبيعة الإنسان في المجتمع كصاحب عقل مفكر ومبدع وقادر على إنتاج إعداد لانهائية من الأفكار والبدائل التي يحولها في ما بعد إلى أعمال، ولهذا تعدّ معدلات التعليم والإعلام الحديث، احد أهم المؤشرات على التحديث"[2].

وتتميز المؤشرات الاقتصادية للحقبة الأخيرة من عصر الحداثة وبداية عصر ما بعد الحداثة، "بوصول المجتمع إلى درجة من النمو الاقتصادي المدفوع دفعا ذاتيا يكفي لزيادة الإنتاج والاستهلاك بشكل دائم بحيث ينتظم لتحقيق المزيد"[3].

ولهذا أصبحت معدلات الاستهلاك احد مؤشرات التحديث، وانخفاض أسبوع العمل الطبيعي وبات نصف ما كان عليه مع بداية الثورة الصناعية، مما جعل البعض يتحدث عن حضارة "*الحق في أوقات الفراغ*". و"اخذ التنظيم التجاري لأوقات الفراغ ينتشر لدرجة أضحى فيها قطاعا مهما من النشاط الاقتصادي، وهو قطاع "الصناعات الإبداعية"*"، ويكفي رصد سريع للاستثمارات الهائلة في مجال الأنشطة الرياضية والسياحة والسينما وبرامج التسلية والدراما المصورة... في الفضائيات، التي

---

* كوزموبوليتانية: تعني المواطنة العالمية التي ترمز إلى التحرر من النزعة القومية وعدّ الإنسانية أسرة واحدة وطنها العالم وأعضاؤها البشر جميعا، دون اعتبار لاختلافهم في اللغة أو الجنس أو الوطن.

(١) د.عبد الغني عماد، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢١٨ص٢١٩.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص٢٢١.

(٣) المصدر السابق نفسه، ص٢١٩ص٢٢٠.



تضخ بلا انقطاع الصور، وتثير الجمهور عن طريق الإعلان طموحات وحاجات متجددة، وستؤدي حتما إلى مزج الأفكار وتفاعلها عالميا "العولمة"[1].

تاسعا: الاتصال الجماهيري وما بعد الحداثة*

يعدّ الايطالي اميتاي اتزيوني **Etzioni** أول من اقترب من "ما بعد الحداثة" عام ١٩٦٨م، وهو الاقتراب الذي طوره المفكرون من بعده، اذ رأى إن هذا المفهوم يشير الى مرحلة **"تتسم بتحولات جذرية في تكنولوجيا الاتصال والمعرفة والطاقة عقب الحرب العالمية الثانية"**. وفي الحقبة التالية لبداية استخدام المصطلح، **"انتقل من التعبير عن الأعمال الفنية والأدبية الى غزو الفضاء الثقافي والاجتماعي والسياسي، بل العلوم الاجتماعية ايضاً"**[2].

ونواجه هنا إحدى قضايا تاريخ الحداثة الانتقالية، باستبدال روسو قاعدة ديكارت* المعروفة **"أنا افكر إذاً أنا موجود"** ب **"أنا اشعر إذا أنا موجود"**، فكان تحولاً حاسماً من **"إستراتيجية عقلانية إلى إستراتيجية جمالية"**. وكان اكتشاف "الجمالية" حقلاً متميزاً في تنوع الأعمال الثقافية، واستند إنتاجها إلى شروط اجتماعية متنوعة، **وإلى الاتصال المتنامي بين التجارة والثقافة**[3].

وأطلقت الجمالية موجة **"الذاتية الفردية من دون حدود"**، التي جعلت المسار الثقافي والممارسات الفنية، "على تضاد مع الأخلاق". وأيا تكن درجة صحة هذا، فان مما لاشك فيه هو: **"أن الرومانسيين فتحوا الطريق لإسهامات جمالية في الحياة الثقافية"**[4].

---

(١) د.عبد الغني عماد، مصدر سبق ذكره، من ص٢١٩ إلى ص٢٢١ .

*** من المهم إن نفرق بين المعنى الزمني للصفة ما بعد الحداثي، التي تشير إلى مدة زمنية والمعنى الفكري للصفة نفسها التي تشير إلى إيديولوجية خاصة. ويتصف إنسان ما بعد الحداثة بأنه يبدو صلبا، إلا انه متداع في أعماقه.**

نقلا عن: د.محمد حسام الدين إسماعيل، ((مصدر سبق ذكره))، من ص٥٢الى ص٥٥ .

(٢) د.محمد حسام الدين اسماعيل، ((الصورة والجسد: دراسات نقدية في الاعلام،مصدر سبق ذكره))، ص٥٥.

(٣) المصدر السابق نفسه، ص٣٧.

(٤) ديفيد هارفي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٣٧ص٣٨ .



"ولم تكن هذه الإسهامات، من مؤشرات الحداثة لا شكلاً ولا مضموناً، بل هي من مؤشرات العولمة، بتحول المجتمعات الغربية تحولا شبه كامل لعصر جديد "التغير الاجتماعي"، ومجتمع آخر ليس هو المجتمع الذي مثل عصر التصنيع أو التحديث، إنما العولمة هي على هذا النحو أعلى مراحل الامبريالية[1]*".

وتبلور مفهوم ما بعد الحداثة: بأنه "المنطق الثقافي في مرحلة الرأسمالية المتأخرة، أي رأسمالية العولمة. أو هو الوضع الثقافي الراهن فوق الواقعي، وهو لفظ يقصد به انه من صنع وسائل الاتصال الجماهيري التي تمنح الواقع الذي تقدمه المصداقية[2].

ويعدّ مفهوم ما بعد الحداثة أيضا، "عنوانا أوليا لثقافة العولمة ممثلة بالتناقض"، ووصفها محمود أمين العالم: "بالحقيبة التي تمتلئ بأكثر من دلالة واحدة مثل العقلانية والعلمانية والفردية والديمقراطية والموضوعية والجدلية والمادية والنسبية والتطور والتقدم إلى غير ذلك، فضلا عن انه يعبر عن مذاهب ونظريات فكرية مختلفة، إلى جانب المكتشفات والإبداعات المختلفة، والثورات السياسية والاجتماعية عامة، ولهذا ترتبط الحداثة بعملية التحديث في أوروبا". ويعدّ "نيتشه" الفيلسوف العدمي الألماني، هو احد الملهمين الأساسيين لفلسفة ما بعد الحداثة[3].

"ويقوم فكر ما بعد الحداثة على الاختلاف والتباين لا الائتلاف والتطابق". ويقول عنها د.نبيل علي: "لقد حَسبت ما بعد الحداثة أنها حرّرت الذات الكلاسيكيّة، إذ إنّ الذات ما بعد الحداثيّة "حرّة وسلطويّة، متعيّة وكابتة، تعدديّة وأحاديّة، وسبب ذلك لا يصعب تبيّنه فمنطق السوق هو منطق لذّة وتعدّد،

---

(١) د.علي محمد رحومة، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٠٩.

* الامبريالية: وتمثل المرحلة الأخيرة من تطور الرأسمالية، إذ تسيطر الاحتكارات الضخمة على الإنتاج وتصريف أهم السلع.

(٢) د.محمد حسام الدين إسماعيل، ((مصدر سبق ذكره))، ص٥٦ص٥٧.

(٣) محمود أمين العالم، ((حقيبة ما بعد الحداثة، ممثلة ايضا))، لم تذكر الباحثة تفاصيل أخرى. نقلا عن: فريدة النقاش وآخرون، ((ثقافة المقاومة في ظل العولمة، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي التاسع لجامعة فيلادلفيا تحت شعار: استشراف المستقبل))، عمان، منشورات جامعة فيلادلفيا، دار مجدلاوي، ٢٠٠٥م، ص١١٤.

ومنطق شبكة من الرّغبة لا مركز فيها. فالحديث عن الشواذّ جنسيًا مسموح به، وغير مسموح الحديث عن الهيمنة، والحديث عن الجنس مسموح به بل تسخّر سيتما محدّدة لنشره. إذ إنّ ما بعد الحداثة ليست سوى تبرير لمجتمع الاستهلاك ودعامة من دعائم العولمة للسيطرة على الفرد أينما كان لتحوّله إلى عبد يستهلك إنتاجيّاتها المادّيّة والرمزيّة[١].

وأيضاً القبول بنظرية مختلفة في نوع اللغة والتواصل، فبينما افترض الحداثيون وجود علاقة بين ما قيل "المدلول أو الرسالة"، وكيف قيل "الدال أو الوسيط"، فيرى مفكرو "ما بعد الحداثة" "أن التفكير عملية مستمرة من الانقطاع ثم الارتباط مرة أخرى في أشكال جديدة "التفكيكية"*، فتسوق النصوص إلى معانٍ لم نقصدها، وكلمات تقول، ما لا تعنيه، فهي إنتاج مستمر للنصوص والمعاني، ويصبح دافع التفكيك البحث عن نص داخل نص آخر[٢].

ويرى "جاك دريدا"* أن "الكولاج"، المونتاج: "هو الشكل الأساس في الخطاب ما بعد الحداثي. فمنتجو النصوص "المؤلفون"، للنصوص و"الإعمال الثقافية" ومستهلكوها "الجمهور" يتشاركون معا في إنتاج المعاني، وتترك نهاية النصوص

---

(١) د.نبيل علي، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٧١ص١٧٢.

* التفكيكية: هي حركة أسهمت فيها قراءة دريدا أواخر الستينيات، وهي طريقة في التفكير، وقراءة النصوص، أكثر مما هي نظرية فلسفية. فالكتاب الذين يضعون النصوص تبدو كسلسلة من النصوص تتقاطع مع نصوص أخرى، وتنتج نصوصا أخرى.

(٢) ديفيد هارفي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٧٢.

*جاك دريدا: هو عالم اجتماع ومحلل لغوي، ومفكر ما بعد الحداثة، وهو لا يشك في أصل المعرفة أو أصل الفكر كقضية فردية، بل يشك في عقلانية العقل الاجتماعي، استنادا إلى تفكيك منظومة اللغة التي تفرز لنا منظومة النص. ففي الحداثة العقلانية الأفكار تعبر عنها الكلمات مباشرة، وذلك انطلاقا من النظام والثبات والعقل والعقلانية، بينما في ما بعد الحداثة فكرة الحقيقة الثابتة أو الدائمة تختفي وتتلاشى، وتغيب فكرة المدركات العقلانية والحقائق الثابتة التي تمثلها الكلمات.

نقلا عن: د.علي محمد رحومة، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٢١ .



مفتوحة للجمهور لإعادة جمع هذه العناصر وبالطريقة التي يرغبون بها" أي "كسر سلطة المؤلف"[1].

وتستعمل بصورة متزايدة في برامج الفضائيات العربية ومنها، التداخل بين الأنواع الموسيقية باستخدام أسلوب الكولاج إذ "يجمع اللحن الواحد موسيقى شرقية وغربية"، وتعكس رغبة في التعايش مع الآخر الثقافي مؤسسة لحق الاختلاف ومتجاوزة إياه لرؤية أثره في الذات التي أصبحت مفككة. ولا يرى الإعلام الغربي في الموسيقى أي معنى لنزعة جادة تناقش مشكلات الإنسان المعاصر، بل هي تعبر عن حيرته بالإعلاء من شأن الهروب من وهم الحداثة بمشاهد العنف والجنس بمصاحبة موسيقى صاخبة[2].

وتظهر صلة ما بعد الحداثة بالمعلوماتية لدى "جان بودليار"*، ويزخر خطابه الفكري بمفاهيم "الكود، والشفرة، والرقمنة وما شابه"، ويؤكد **"أن مفهوم الكود، احدث نقلة نوعية من طور الإنتاج إلى طور إعادة الإنتاج. وفي ظل طور الإعادة، تنسخ سلع المعلوماتية جميعها من برامج وموسيقى وأفلام وبرامج تلفزيونية ونصوص وأفكار، ويعد الكود الأساس لزيادة الاهتمام ب"الصناعات الإبداعية". ولا تتوقف إعادة الإنتاج عند حد السلع، بل نسخ عالم الواقع عن طريق نظم المحاكاة الرقمية باستعمال**

---

(١) ديفيد هارفي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٧٢ص٧٥ .

(٢) د.محمد حسام الدين اسماعيل، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٦.

* جان بودليار: عالم اجتماع فرنسي، وصف مجتمعات ما بعد الحداثة أنها توجد فقط بصورة سطحية بدون عمق، ولهذا تظهر النسخ او المماثلات، ومن هنا يأتي مفهوم المصفوفة، وهي مسألة تكاثر الصور في مرحلة الرأسمالية الغربية المتقدمة مع توسع التقنية ومنتجاتها المعرفية ومماثلاتها المتعددة.
نقلا عن: د.علي محمد رحومة، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٢٢ .

"التكنولوجيا الخائلية"* "الافتراضية". ولهذا تتطلب مرحلة الإنتاج الثقافي نظرة مغايرة إلى مفهوم القيمة والملكية، والتي أدت إلى ظهور قوى اجتماعية مختلفة، ولم يعد مصدر القوة الموارد المادية بل الموارد الرمزية من إعلام وتعليم وقيم وأفكار(١).

ويرى بودليار أنّ "ما بعد الحداثة" هي "زمن وسائل الاتصال الجماهيري في الثمانينيات والتسعينيات، ويعلن أن المجتمعات البشرية الغربية بخاصة، تعيش في عالم من الصور ولكن في شكل محاكاة(٢).

وحمل مفهوم "ما بعد الحداثة" أبعاد الإسراع بالزمن وتقليص المكان بفعل تكنولوجيا الاتصال، ويراها "جان بودليار" أيضا، أنها "عملية تفكيك وتدمير مستمر للمعنى تؤدي فيه وسائل الاتصال الجماهيري الدور الأكبر الذي لا يعكس الواقع بشكل رمزي، ولكنها تحاكيه وتزايد عليه ليكون ما فوق واقعي(٣).

---

* التكنولوجيا الخائلية: هي كل ما يحاكي الواقع أو يناظره إلى درجة يخيل لنا معها انه واقع، ويتعامل معه على انه في حكم الفعلي القائم. فصورة المرآة خائلية لتناظرها مع الواقع، والأفلام السينمائية التي تحاكي الواقع هي نوع من الخائلية. قدرة هذه التكنولوجيا على التجريد والمحاكاة والتمثيل الرمزي، ولقد اتخذت إشكالا متعددة، فالانترنت على سبيل المثال تمثل فضاء عاما تسكنه خائليات عدة، جماعات خائلية تتألف وتتآلف عن بعد، وتجارة الكترونية خائلية للبيع والشراء عن بعد، ومعارض خائلية لبيع الكتب تقتنى المطبوعات منها. الواقع الخائلي يمثل ذروة ما وصلت إليه تكنولوجيا المحاكاة الرقمية، انه ثمرة "هندسة الخيال" التي تجمع بين العلم والفن والتكنولوجيا، مستغلة خداع الحواس فهي تستهدف حواس السمع والنظر واللمس معا من اجل إقامة عوالم وهمية من صنع الرموز. ويستخدم في الترفيه والتصميم والطب إلى التعليم والتدريب. إن ثقافتنا العربية في حاجة إلى معامل خائلية لتعويض النقص في المعامل الحقيقية، لتدريب الكوادر المتخصصة في فروع العلم المختلفة. لقد أصبح العرب سوقا مستهدفة لبضاعة الجنس الخائلي، بعد إغراق القنوات الفضائية بأفلام وأغاني العري،وأحاديث الغواية المدفوعة عبر الخدمات الهاتفية. د.نبيل علي، مصدر سبق ذكره، ص١٠٢ص١١٧

(١) المصدر السابق نفسه، ص١٧١ص١٧٢ .

(٢)Baudrillard, Jean. Selected Writings. Edited and Introduced by Mark Poster.[n.p.: n.pb.],2003.

نقلا عن: د.علي محمد رحومة، مصدر سبق ذكره، ص١٢٢

(٣) د.محمد حسام الدين إسماعيل، مصدر سبق ذكره، ص٥٥ ص٥٦.



ويذكر أن "مدرسة فرانكفورت" أول من أدرج قضايا الاتصال الواسع النطاق، ضمن التنظير الثقافي الحديث، بهدف الوصول إلى نظرية اجتماعية تبلور الجوانب الاقتصادية والسياسية والثقافية خصوصا، لنظم الاتصال هذه. ويرى مؤسسو هذه المدرسة مثل "ثيودور أدورنو" و"ماكس هوركهايمر"، "**أن المؤسسة الاتصالية الحديثة تؤدي دورا خطيرا وما هي إلا أداة للسيطرة الاجتماعية وفرض الهيمنة الفكرية على الجمهور، وبلورة الرأي العام بطرق تخطيطية محددة سلفا في استراتيجيات الاتصال المختلفة**[1]".

ويقترب فكر "جان بودليار" من هذه النظرة التحكمية للاتصال، فهو يرى "**أن ثقافة الميديا هي الجريمة الكاملة التي تدفع جماهير مشاهديها إلى التهميش وسلب الإرادات الحرة للرأي والمشاركة الفعلية في التصور، وتنصب سياساتها إلى التلقين والتركيز على أشياء دون غيرها: أحداث، موضوعات، تصورات، أفكار، دعايات. وعزل الجمهور عن الممارسة الحقيقية للمعرفة**[2]".

"**وانشغل فكر الاتصال الجماهيري لما بعد الحداثة بعنصر الاستهلاك، وكيفية تلقي رسالة الاتصال، مركزا في الوقت ذاته على قضايا الاتصال المتعلقة بالتمييز العنصري، ووضع المرأة في مقابل الرجل، والأقليات وما شابه، ويتأمل منظرو اتصال ما بعد الحداثة بأن تخلق وسائل الاتصال التفاعلية تبايناً وتعدداً في الآراء، حيث ستسمح التكنولوجيا الاتصالية الحديثة لكل الفئات الاجتماعية بأن تعلن عن آرائها، وان تدافع عن مواقفها؟**[3]".

ويبين الجدول الفروقات بين "قيم الحداثة وقيم ما بعد الحداثة" كما وضعها "د.إيهاب حسن[4]*"، ويستدعي الجدول الكثير من التفكير، لأنه يستند إلى حقول

---

(1) د.نبيل علي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٧٥.

(٢) المصدر السابق نفسه.

(٣) المصدر السابق نفسه، ص٢٧٦ .

(٤)Ihab Hassan:Paracriticisms:Seven Speculations of the Times(Urbana,IL:University of Illinois Press,[1975],and "The Culture of Postmodernism,"Theory,Culture and Society,Vol.2,no.3(1985).

نقلا عن: ديفيد هارفي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٦٥ ص٦٦

* د.إيهاب حسن: أمريكي من أصل عربي، مهندس ولد في القاهرة، وحصل على الدكتوراه في الآداب من الولايات المتحدة الأمريكية، جامعة بنسلفانيا ١٩٥٢ له عشرات المصنفات النقدية والتنظرية في ما بعد الحداثة منذ بداية السبعينيات .



متنوعة مثل اللغة، والانثروبولوجيا*، والفلسفة والاتصال، والخطابة، والسياسة، والاقتصاد، والاجتماع. ويندر أن نجد نشاطاً فكرياً لا يتصل بتلك الفروقات بشكل أو بآخر، وأيضا صعوبة في المفاهيم، لأنها موجهة إلى الصفوة الثقافية التي تمتلك الإطار الدلالي لاستيعاب هذه المفاهيم.

جدول يبين الفروقات بين قيم الحداثة وقيم ما بعد الحداثة

الحداثة	ما بعد الحداثة	الحداثة	ما بعد الحداثة
الرومنطيقية/الرمزية	ما بعد الطبيعة/الدادائية*	موضوع الفن/عمل منته	عملية/أداء/حدث
الشكل/متصل ومقفل	اللاشكل/متقطع ومفتوح	مسافة	اشتراك
قصد	لعب	خلق/شمولية/تركيب	لا خلق/تفكيك/نقض
تصميم	مصادفة	حضور	غياب
تراتبية	فوضى	مركزة	تناثر
سيد/كلمة	استنزاف/صمت	نوع فني أو أدبي/حدود	نص/عبر النص
سيمائيات	خطاب	جذر/عمق	سطحية
نموذج	كلمة او عبارة منظمة	تفسير، قراءة	ضد التفسير/قراءة خاطئة
ترتيب بواسطة روابط	ترتيب بدون روابط للجمل	مدلول	دال
استعارة	بديل مرادف	يمكن قراءته	يمكن كتابته
انتقاء	مزج	رواية/تاريخ كبير	ضد الرواية/تاريخ صغير
لغة سيدة	لغة مفككة	الأصل/السبب	الاختلاف/الأثر
سمة	رغبة	الله/الأب	الروح القدس
نمط	متغير	تناسلي/ذكوري	متعدد الاشكال/متخنث/ انفصام الشخصية

ولكن وجدتُ بعض المفاهيم التي تحمل درجة من التبسيط وتتناول ثقافة وسائل الاتصال في مصادر قليلة جدا ومنها عرض "مصفوفة قيم ما بعد الحداثة"

* الانثروبولوجيا: هي الدراسات التي تهتم بدراسة المجال الثقافي الأساس لتحديد نظام القيم داخل المجتمع. د.محمد سعدي، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٦٢.

* الدادائية: حركة طليعية في الرسم والفن عموما تقوم على إطلاق حرية تامة غير مقيدة بقاعدة أو قيم في الشعور والتفكير والتعبير. ديفيد هارفي، مصدر سبق ذكره، ص٤١٨.



د.محمد حسام الدين إسماعيل في كتابه الصورة والجسد، وقد استطاع أن يرصد بعضها في برامج الفضائيات ولاسيما "فديو كليب الأغاني"، وكان قد استقاها ايضا من مؤلفات د.ايهاب حسن في الآتي[1]:

١- "النسبية الاجتماعية أو الثقافية"*: "لا توجد المعاني أو الأخلاقيات أو الحقيقة بشكل موضوعي في العالم، ولكن يكونها المجتمع، ولا يمتلك احد الحقيقة المطلقة أو جوهر معرفة الأشياء، وإن الاتفاق بين البشر أفضل من معرفة الحقيقة[2]، والتي ستتناولها الباحثة فيما بعد. وأساسها انه:

- لا يمكن الحكم بمادات ثقافية معينة ولا يمكن تقييمها إلا في ضوء ماهية القيم المرتبطة بها والحاجات التي تقوم بإشباعها[3].
- يجب الحكم على عناصر السلوك الإنساني كلها في علاقتها بالمكان والبناء الفريد للثقافة، أي "ربطها بخصوصيتها المكانية والزمانية والثقافية. وهذا ما تساهم فيه برامج "تلفزيون الواقع" التي لا تباع كمنتج تلفزيوني نهائي جاهز للبث، بل تباع، كفكرة ذات "مضمون مرن" يخضع للخصوصية الوطنية، ويتكيف مع السمات الثقافية للمشاهدين[4].

---

(١) د.محمد حسام الدين إسماعيل، ((مصدر سبق ذكره))، من ص٦٧ إلى ص٦٩.

* النسبية الاجتماعية *Social Relativity*: من اكثر القيم تداولا في الإعلام الأمريكي، إذ إن لكل جماعة حقيقتها الخاصة، فضلا عن نسبية المعايير والأخلاقيات بالتبعية، وهو ما ساعد على تشظي وتفكك المجتمع الأمريكي.

د.محمد حسام الدين اسماعيل، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٥

(٢) د.حسام الدين اسماعيل، ((مصدر سبق ذكره))، ص٦٧.

(٣) د.محمد سعدي، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٦٤.

(٤) د.نصر الدين لعياضي وآخرون، ((ثورة الصورة: مصدر سبق ذكره))، ص١٤٤.



٢- **الحتمية الثقافية:** هي "فكرة، أو مبدأ، أما النتائج في سلوك المجتمع، فهي نتاج ضروري لأسباب سابقة عليها"[1]. "فتشكل القوى الاجتماعية الإفراد بالكامل، وتحدد اللغة بشكل خاص ما الذي نفكر فيه، وعلى ذلك فان الهوية ليست فردية، ولكنها جماعية، ولهذا لا بُدّ من تكيف إنسان ما بعد الحداثة مع الآخر المختلف ثقافيا، من دون إن يكون ذلك مدعاة لتسييد نموذج ثقافي وحيد[2].

٣- **رفض النزعة الإنسانية:** فميزة النزوع الشخصي الاجتماعي هي "**بنية منظمة تتدخل في تشكيل وتنظيم الاستعدادات وتاليا الممارسات، ولا تفترض وعيا كاملا من قبل حاملها**[3]".

"وتعدّ مبادىء منظمة لممارسات يمكن لها، موضوعيا، إن تتأقلم مع هدفها، من دون افتراض رؤية واعية للغايات، علما أنها ليست وهمية أو "ذهنية"* المنشأ، بل موضوعية ناشئة عن الحياة العملية، وقد انتظمت مع مرور الزمن عن فعل التعليم والتنشئة الاجتماعية للفرد وتجارب متصلة به ولها ثقل مفرط، مقارنة بالتجارب اللاحقة[4]. لذلك لابد من أن تقوّي كلّ مجموعة نفسها لتؤكد قيمها وتأخذ مكانها مع المجموعات الأخرى من دون مفاضلة[5].

---

(١) ديفيد هارفي، ((مصدر سبق ذكره))، ص١١٨.

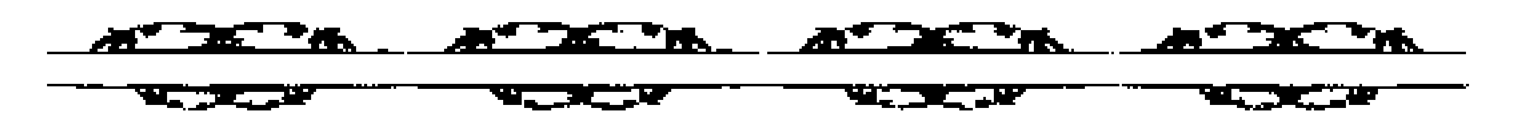
(٢) د.محمد حسام الدين إسماعيل، ((مصدر سبق ذكره))، ص٦٧.

(٣) د.عبد الغني عماد، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٣١.

* الذهنية: سلسلة النماذج العامة الجاهزة، الموروثة والتقليدية، الصالحة للسلوك الراهن، فضلا عن المحرمات والممنوعات وإشكال العيب المختلفة. وتصطبغ لذلك بطابع معرفي يشمل الطبقات الواعية وغير الواعية من السلوك الاجتماعي العام. تنتمي الذهنية العامة إلى المجال الاجتماعي العام، فلا وجود لذهنية فردية، ذلك إن وجود الذهنية مرتبط بوجود البنية الاجتماعية حكما، ولهذا فهي الغلاف المفاهيمي والمعرفي الشامل الذي يغطي صور شعب معين وإحكامه وتصرفاته. د.عبد الغني عماد، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٣٢.

(٤) دنيس كوش، ((مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية))، ترجمة د.منير السعيداني، بيروت، المنظمة العربية للترجمة، ٢٠٠٧م، ص١٤٢.

(٥) د.محمد حسام الدين إسماعيل، ((مصدر سبق ذكره))، ص٦٧.



٤- **رفض الأنساق المغلقة:** ترفض ثقافة ما بعد الحداثة الخطابات الكبرى أو الجماعية التي تقوم بعمليات توحيد مستمرة لما هو متعدد، كالخطابات الدينية، وهي تتطلع إلى الخطابات المفتوحة، والطموحة، والمؤسسة على تجارب شخصية لتكوين "خطاب مؤلف من شظايا، وانعكس على رؤية الذات"، ويؤدي الذاتي، بكل المعاني، المقبول منها والعنصري، دورا في اتجاهات ما بعد الحداثة وخياراتها وسياساتها. ويؤخذ الذاتي في ما بعد الحداثة بعدّه "العفوي والمباشر والصادق"، ولكن تنتقد هذه السمات بعدّها غامضة، غير محددة، وقابلة لتبرير أنواع السلوك والسياسات كلها[١].

٥- **رفض العقلانية:** وتحث في سياق هذا الرفض على إطلاق العنان للمشاعر والغرائز والتأسيس للذاتية وتطوير انفتاح ثوري على الوجود برفض تطبيق نظام على حياة الفرد[٢].

٦- **تفسير كل شيء عن طريق القوة:** إن كل المؤسسات الإنسانية والقيم الأخلاقية والإبداع ما هي إلا تعبيرات وأقنعة للإرادة الأولية للقوة[٣].

٧- **نقد غير ثوري للنظم القائمة:** **"يجب إن يختفي المجتمع الحداثي بعقلانيته ونظرته الأحادية إلى الحقيقة، وتوضع التكنولوجيا الحديثة، لاسيما في مجال الاتصال الجماهيري، في خدمة تعددية الحقيقة بدلا من استخدامها في قهر الإنسان، ويتم ذلك بتفكيك خطاب أي سلطة دينية أو سياسية أو اجتماعية، ولكن بلا عنف"**. ولهذا نادرا ما نشاهد برنامجاً

---

(١) ديفيد هارفي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٤١٨ ص٤١٩ .

(٢) ديفيد هارفي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٦٨.

(٣) المصدر السابق نفسه، ص٦٩.

ينقد نظم الحكم القائمة في المنطقة العربية بشكل ثوري، وبطريقة مباشرة[1].

٨- **استحالة التحديد:** تركز حركة ما بعد الحداثة على اتساع الوعي البشري نتيجة لتكنولوجيا الاتصال بما لا يمكن معه تحديد المعرفة بشيء. وأصبح الوعي عبارة عن معلومات، والتاريخ عبارة عن أحداث، وتضفي كل جماعة المعنى الذي تريده على المعلومات والإحداث[2].

وعلى الرغم من ذلك، لم يصل العالم العربي ليكون معبراً عن حالة "ما بعد الحداثة"، متأرجحا في اغلب أقطاره بين وضعية ما قبل حداثية ومحاولات حداثية للنهضة. واثر القيم والأفكار ما بعد الحداثية التي تحملها الفضائيات الواسعة الانتشار والشديدة الجاذبية، تجعل تأثره بهذه القيم والأفكار فرضية أساس إن جاز التعبير[3].

عاشرا: الصورة دليلا على الواقع الثقافي - ما بعد الحداثة -

الصورة هي: "نظام إنتاج وعي الإنسان بالعالم، إنها المادة الثقافية الأساس التي يجري تسويقها على أوسع نطاق جماهيري، وتؤدي في إطار العولمة الثقافية، الدور نفسه الذي لعبته الكلمة في سائر التاريخ الثقافي". ولا تحتاج الصورة إلى المصاحبة اللغوية كي تنفذ إلى إدراك المتلقي، فهي خطاب مكتمل، تمتلك مقومات الجذب الفعال في متلقيها، فهي لغة تستكفي بذاتها، وتستغني عن الحاجة إلى غيرها، وهذا أساس شعبيتها وتداولها الجماهيري، بل أساس خطورتها في الوقت نفسه، فقد كانت فاعلية

---

(١) د.محمد حسام الدين اسماعيل، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٧.

(٢) د.محمد حسام الدين اسماعيل، ((مصدر سبق ذكره))، ص٦٨ ص٦٩ .

(٣) المصدر السابق نفسه، ص٢٩ . بتصرف.

الكلمة وقفا على سعة الاطلاع اللغوي للمتلقي، أما الصورة، فقد باتت قادرة على تحطيم الحاجز اللغوي لكي تصل إلى أي إنسان"[1].

وفارقت الصورة هذا المعنى الحداثي للثقافة كدليل على الحقيقة، "وانتقلت إلى فضاء ما بعد الحداثة، للتداول حرة من دون معنى محدد، ويتم إضفاء معان كثيرة عليها في سياقات ثقافية مختلفة تؤسس لمعنى الحتمية الثقافية ورفض ثقافة مركزية مهيمنة، ولمعنى استحالة التحديد"[2].

"ورأى نقاد ما بعد الحداثة إن الصورة المعالجة بتقنيات "الفوتو مونتاج" هي طريقة لتحوز جماعات ثقافية أو طبقية قوة في مجتمع رأسمالي. فعبرت عن الرغبة الإنسانية لحيازة القوة، وتم استغلالها في الدعاية الغربية، مثلا في حرب الخليج الثانية لقتل الحقيقة، ولتقديم مفاهيم زائفة عن حرب نظيفة لم تحدث سوقتها أجهزة الإعلام ووسائل الإقناع "ما فوق الواقعية" التي أسهمت في توفير إحساس واهم بالتغطية الموضوعية التي تهمش الرأي الآخر وتسكته عن طريق الصورة. فساعد التطور التقني باستمرار إلى تغييب الواقع وإخفائه وتجاوزه لصالح واقع افتراضي مصور يجري بسرعة تتعدى قدرة الإنسان على استيعابها وتوصيفها، وكأن ثمة ماكينة للإبصار تحل محل وعينا وإدراكنا، مما يدفع الإنسان للتخلي طواعية عن وسائل إدراكه وأن يعدم الثقة بحواسه، فيقتنع بما تعرضه الصور"[3].

ولقد رأى بارت، "انه نتيجة نشوء ما يسمى "بنك الصورة"* مع أواخر الثمانينيات، تم نزع الصورة من سياقها، و"إن معنى الصورة مشتبك

---

(١) د.عبد الإله بلقزيز وآخرون، ((العرب والعولمة ... مصدر سبق ذكره))، ص٢١٤.

(٢) د. محمد حسام الدين إسماعيل، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٥.

(٣) رضوان جودت زيادة، ((صدى الحداثة وما بعد الحداثة في زمنها القادم))، الدار البيضاء، المركز الثقافي العربي، ٢٠٠٢م، ص١٣٧.

* بنك الصورة: يعبر عن المؤسسات والوكالات الكبرى التي تحتكر إنتاج وتوزيع الصور على مستوى كوكبي.



في توتر مع النجاح التجاري لها، فحتى يقدر للصورة النجاح لابد من إن تستعمل لإغراض شتى، وهي التي ما كانت لتخطر على بال المصور"، وعلى ذلك أصبحت الصورة حقلا من الاحتمالات[1]*".

وإذا كانت هناك وسيلة تصلح لتكون العالم الحقيقي لثقافة ما بعد الحداثة، فإنها ستكون بلا ريب التلفزيون. وعلى حد تعبير بودريار، " أن التلفزيون: **هو وسيلة ما فوق واقعية، أي أنها واقعية أكثر من الواقع"، أو بعبارة أخرى نحن نستمد وعينا بالواقع من التلفزيون"، لان منه تستمد القضايا السياسية أهميتها، وتكتسب السلع والخدمات جاذبيتها، وحتى الكتب تستحق إن تقرأ عندما تظهر في التلفزيون. ولهذا يمتلك التلفزيون صفات ما بعد الحداثة: الاحتفاء بالصور على حساب الكلمة، وإحلال الإشباع العاطفي محل العقل، والولع بالانطباع بدلا من الإقناع، والتخلي عن المعنى والتمسك بالتسلية**[2]".

أحد عشر: اتفاقية اليونسكو حول تنوع أشكال المضمون الثقافي "النسبية الثقافية"

تقتضي إشكالية إنتاج المعنى "المضمون"، التي يجب أن ترى المتلقي شريكاً في عملية الاتصال، النقاش حول دور وسائل الإعلام في بناء الواقع، والذي لا يمكن الاقتراب منه بدون التفكير في اللغة والخطاب والنسبية الثقافية "التنوع الثقافي[3]".

---

(1) د.محمد حسام الدين إسماعيل، ((مصدر سبق ذكره))، ص٧٤ ص٧٥.

*** نشر بوستر لكندا يجمع فيه بين صورة الملكة إليزابيث الثانية ملكة بريطانيا والنجمة الأمريكية الراحلة مارلين مونرو "نصف وجه إليزابيث الثانية يكمله نصف وجه مارلين مونرو"، فان المعنى الذي يمكن إدراكه من الصورة هو احتلال كندا المزدوج تاريخيا من بريطانيا وآنيا من الولايات المتحدة، فقد كان الاستعمار القديم سياسيا، بينما الاستعمار الجديد هو استعمار ثقافي.**

(2) د.محمد حسام الدين اسماعيل، ((مصدر سبق ذكره))، ص٨٢.

(3) د.نصر الدين لعياضي، ((هل تحتاج "النسبية الثقافية" الى رؤية نسبية؟))، بحث مقدم الى جامعة الشارقة، كلية الاتصال، ٢٠٠٧م، ص١٢.

ويقصد بعبارة "التنوع الثقافي": "تعدد الأشكال التي تعبّر بها الجماعات والمجتمعات عن ثقافاتها، ويتم تناقل أشكال التعبير هذه داخل الجماعات والمجتمعات وفيما بينها". ولايتجلى التنوع الثقافي فقط عبر تنوع الأساليب، بل يتجلى أيضاً عبر تنوع أنماط إبداع أشكال التعبير الفني وإنتاجها ونشرها وتوزيعها والتمتع بها، أياً كانت الوسائل والتكنولوجيات المستخدمة. اما "المضمون الثقافي": فهو "المعاني الرمزية والأبعاد الفنية والقيم الثقافية المستمدة من الهويات الثقافية أو المعبرة عنها[1]".

وأقر المؤتمر العام لليونسكو اتفاقية تتعلق "بتنوع المضامين الثقافية وأشكال التعبير الفني". واعتمدها المؤتمر العام في تشرين الأول ٢٠٠٥م "اتفاقية حماية وتعزيز تنوع أشكال التعبير الثقافي"، وأقرت الاتفاقية "بالطبيعة المتميزة للأنشطة والسلع والخدمات الثقافية بوصفها حاملة للهويات والقيم والدلالات"، كما نصت على وضع تدابير "حماية وتعزيز تنوع أشكال التعبير الثقافي"، "وتهيئة الظروف التي تكفل ازدهار الثقافات وتفاعلها تفاعلاً حراً تثري عن طريقه بعضها بعضاً[2]".

وتعدّ النسبية الثقافية هي: "الفلسفة التي تؤكد بأن صلاحية تأكيد ما وصوابه هو معطى نسبي يختلف من شخص إلى أخر، ومن مجموعة أفراد إلى أخرى[3]".

وتبدو النسبية بشكل أكثر وضوح في المجال الثقافي، إلى درجة أنها اقتبست منه تسميتها، وترى أنه لا توجد ثقافة شعب ما أحسن من ثقافة

---

(١) نص اتفاقية حماية وتعزيز تنوع أشكال التعبير الثقافي، الامم المتحدة، اليونسكو، باريس ٢٠/تشرين الاول/٢٠٠٥م، ص٤ص٢٧٧. نقلا عن:
www.petersoninstitute.org/publications/papers/paper.cfm?ResearchID

(٢) المصدر السابق نفسه.

(٣) المصدر السابق نفسه، ص١٨.



شعب آخر. فتتساوى الثقافات كلها، وإن كل ثقافة، تملك منظومة قيمية ومعايير خاصة بها، قد تختلف، بهذا القدر أو ذاك. ولا يمكن تفسير المعايير الضابطة للحياة الاجتماعية لهذه المجموعة البشرية أو تلك، وقيمها، ومؤسساتها ومشروعيتها إلا انطلاقا من ثقافة هذه المجموعة ذاتها. واستطاع "الغرب" بفضل النسبية الثقافية أن يطلع على رؤية الآخر له من خارج ثقافته، وتفهم ثقافة الآخر لا تعني بالضرورة قبولها. وتعني الترجمة العملية للنسبية الثقافية احترام الخصوصيات، إذ قد يفهم البعض أن هذه الخصوصية تتعلق بدول العالم الثالث فقط، وبالشعوب العربية الإسلامية تحديدا، لأنها مع الأسف تبدو في موقع ضعف ومتأثرة بالآخر، أكثر من كونها مؤثرة فيه. واعتادت على الاحتجاج باسم هذه الخصوصية، لكن الأمر يتعلق ببعض الشعوب والأمم والدول الكبرى. فترجمت كتاب "ألف ليلة وليلة" حذفت منه فقرات لأنها تمس هذه المجموعة الدينية أو تلك، وتعرضت مسرحيات شكسبير وروايات تشارلز ديكنز إلى البتر، في الدول التي يقال أنها ديمقراطية، بحجة أنها تتضمن بعض المقاطع التي توحي بمعاداتها السامية. ويتحول الأمر وكأن لكل ثقافة أو أقلية "شكسبيرها"[1].

وتعدّ النسبية الثقافية ***Cultural Relativism***: "اتجاهاً يشكك في تعميم العقلانية، وترى إن المقارنة بين مجتمعين انطلاقا من قيمهما وعاداتهما عديمة الجدوى، أو بالأحرى، عنصرية. فنظرا إلى إن لكل ثقافة معاييرها وقيمها، لا يمكن القول إن ثقافة هذا المجتمع أفضل من تلك إلا إذا توفرت القناعة بوجود ثقافة مرجعية نقيس بها الثقافات الأخرى"[2].

---

(١) د.نصر الدين لعياضي، ((هل تحتاج "النسبية الثقافية" الى رؤية نسبية؟))، ص٢٧.

(٢) د. نصر الدين لعياضي وآخرون، ((ثورة الصورة : المشهد الإعلامي مصدر سبق ذكره))، ص١٤٢.

وتعدّ اتفاقية اليونسكو بهذا الشأن، "اتفاقاً ثقافياً، تم التفاوض بشأنه ويقوم بمتابعة أهداف معينة حول حماية وتعزيز تنوع أشكال التعبير الثقافي"، وأن معظم القوانين الصادرة منذ اعتمادها في عام ٢٠٠٥م، تتطرق للثقافة من ناحية تنظيم التجارة الدولية، كما لو لم يكن لديها اهتمام إلا في انعكاسها على النظام التجاري الدولي(١)*.

ولقد تصاعدت المتغيرات الدولية في بداية الألفية الثالثة، وتنامت المخاطر التي تهز استقرار المجتمعات الإنسانية، وتهدد الأمن والسلام الدوليين، نتيجة بعض الانعكاسات السلبية لظاهرة العولمة، وسعيها إلى فرض نماذج سياسية وثقافية تقوم على القوة والهيمنة، وترفض التمايز والاختلاف، بدل ترابط العلاقات بين الشعوب والتفاعل بين الثقافات والحضارات، فبينما تؤكد الأمم المتحدة والمنظمات الدولية، على الدعوة إلى الحوار بين الحضارات والثقافات بديلاً عن سيطرة ثقافة العنف والإقصاء، تدفع العولمة، في اتجاه إضعاف ثقافة الحوار والتفاهم، مما يتعارض مع المعاهدات الدولية التي تقر بالخصوصيات الثقافية والحضارية للأمم والشعوب. إن الثقافات والديانات مدعوة اليوم أكثر من أي وقت مضى، للحوار الدائم وتعزيز التعايش، وعَبر سلسلة من الإسهامات المتبادلة المبنية على القيم والمبادئ الكونية المشتركة بينها، والمتمثلة في قيم التسامح والاحترام المتبادل والتضامن والعدل، وهي قيم ومبادئ كونية ينبغي الارتقاء

---

(١) ايفان برنييه، ((اتفاقية اليونسكو حول تنوع إشكال التعبير الثقافي، وثيقة ثقافية على ملتقى طرق السياسة والقانون))، إصدارات الأمم المتحدة، دراسة بطلب من اليونسكو،٢٠٠٨م، ص١ص٢.

نقلا عن: www.carrefour-du-droit_arabe.pdf.

* الاتفاقية بالفعل مرتبطة منذ ولادتها بمجادلة سياسية حول الحد المشترك بين الثقافة والتجارة التي نشأت في العشرينات، عندما قررت عدة بلدان أوروبية فرض حصص في شاشة السينما لحماية صناعتها السينمائية من تدفق الأفلام الأمريكية التي اعتبرت تهديداً لثقافتها.

بها وترسيخها، بعدّها إرثاً إنسانياً مشتركاً. ولا يمكن تصور تعاون بّناء أو حوار حقيقي بين الثقافات دون الإقرار بمبدإ التنوع الثقافي[1].

ويفرض الاعتراف اليوم بحق التنوع نفسه كحقيقة في مجتمع عالمي يعيش فيه أكثر من عشرة آلاف مجتمع وما يقارب مائتي دولة وتوجد به ستة آلاف لغة لا يستعمل منها سوى ست وعشرين لغة لكل منها نظرتها الخاصة للعالم ونمط فريد للعيش وطرق مختلفة للباس والتفكير. ولكون اللغة أحسن رمز ووسيلة لنقل الثقافة واستمرار الأمم والشعوب وتدعيم رصيدها من الممتلكات الثقافية تتضمنها قيم ومبادئ ومعايير وأخلاق وأدوات[2].

ولكن الاتفاقية شيء، ويظهر الواقع شيء آخر، فيهدف التلفزيون والإذاعة والأقمار الصناعية والإنترنت والفيديو والسينما وما تبثه من أخبار وبرامج كلها إلى توحيد وتنميط الثقافات العالمية في ثقافة واحدة مهيمنة هي الثقافة الغربية، الذي لا تملك دول العالم الثالث القدرة على مواجهتها[3].

"ويتطلب ذلك إيجاد وسائل لحماية الثقافة بعدّها تراثا مشتركا للإنسانية، وعدم استخدامها وسيلة سيطرة لاسيما إن المنظمات العالمية تصدر قرارات وتوصيات لا تتمتع بقوة الإلزام مما يجعلها ضعيفة. وان الأثر السلبي لتصنيع الثقافة ومن ثم إخضاعها للتجارة كسلعة من السلع العادية رغم طبيعتها الخاصة القيمية وبطرق مشروعة وغير مشروعة، كما هو جار للقطع الأثرية والتحف الفنية التي تسرق وتباع بأثمان بخسة، ناهيك عما تسببه من فقدان المعلومات والتاريخ، ليس تاريخ قوم بعينه بل جزء من تاريخ الإنسانية جمعاء"[4].

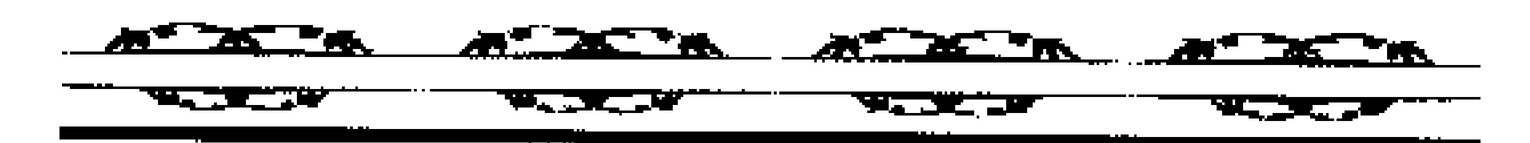
---

(١) العلا لي الصادق، ((الملاقات الثقافية الدولية- دراسة سياسية قانونية))، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ٢٠٠٦م، ص٧٣.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص١٠٣/ص١٠٤.

(٣) ايفان برنييه، مصدر سبق ذكره، ص١١.

(٤) المصدر السابق نفسه، ص٢٢.

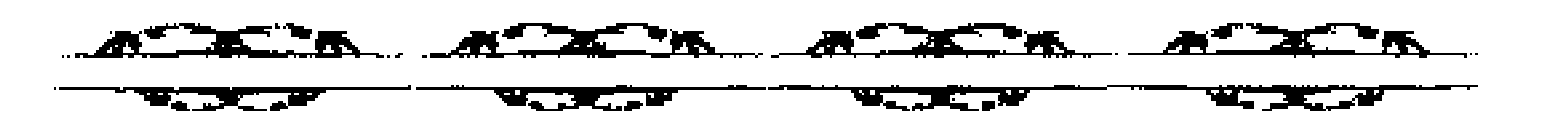


"وقد يكون من الصعب التنبؤ في الوقت الحالي بمستقبل الثقافة في أي مجتمع، وذلك بعكس ما كان عليه الوضع حتى عهد غير بعيد، وذلك نظرا لسرعة التغيرات وكثافة الاتصالات بين الشعوب والثقافات وازدياد عمليات الاستعارة الثقافية والتأثير الثقافي المتبادل". وعلى ذلك "هل تقوم ثقافة كوكبية موحدة" في مواجهة التباين الثقافي؟". وأن تقبل التعددية الثقافية يمكن أن يحول دون وقوع النزاعات ويشجع التنمية الاقتصادية.



الفصل الثاني

تنمية الإبداع والصناعات الإبداعية في مجتمعات المعرفة



المبحث الأول

مدخل الإبداع وعلاقته بمجتمع المعرفة

أولا: مدخل تاريخي في الإبداع

إن تاريخ البشرية هو "تاريخ إنتاج المعرفة "ثقافة" وصراع الوجود، فالذي وصل إلينا مثلا، من حروب طروادة ملحمة الإلياذة والأوديسة، وما نقرأه اليوم عن حروب العرب يتمثل في شعر زهير بن أبي سلمى وغيرهم. فالثقافة في المعنى العام سجلّ التطور الايجابي للإنسانية، وتحرر العقل من الوهم والغيبيات واكتشاف الحقيقة والمعرفة[1]. ويرتبط التطور التاريخي للإنسانية "بالتحول على مستوى البنى المعرفية أو المعاني، وليس بالاكتشافات التقنية في مجال الاتصال، وان كانت تسرع في عملية التحول[2].

إذن التاريخ هو سجل الإحداث الأهم التي صنعها الإنسان، ولا يصنع الإحداث والأشياء المحركة للتاريخ سوى المبدعون، فقد ساهموا في توجيه حركة التاريخ عن طريق التجديد والتطوير الخلاق للأفكار، وتأسيس الحركات الاجتماعية والسياسية والمؤسسات الاقتصادية، وتطوير العلوم والفنون والتكنولوجيا، وتصوير أحاسيس ومشاعر الناس الخفية على شكل قصص وأساطير وإشعار وأفلام مثيرة ورقص وموسيقى معبرة وغيره[3].

---

(١) د.صباح ياسين، ((الإعلام النسق القيمي وهيمنة القوة))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٦م، ص٥٥.

(٢) د.عبد الرحمن عزي، ((دراسات في نظرية الاتصال.. مصدر سبق ذكره))، ص٣٦.

(٣) إسماعيل ملحم، ((التجربة الإبداعية: دراسة في سيكولوجية الاتصال والإبداع))، دمشق، منشورات اتحاد الكتاب، ٢٠٠٣م، ص٧٢.

وتبحث "ملكة الإبداع عند الإنسان منذ القدم عن أسلوب يعبر فيه الإنسان عن ذاته ويتواصل فيه مع الآخرين. وحين اهتدى الإنسان إلى اللغة والرسم اهتدى إلى سبيل يحقق معه وجوده المتفاعل مع الآخرين ومع البيئة، وعرفت البشرية وسائل اتصال مختلفة بدءا بالاتصال الذاتي وانتهاء بالاتصال الجماهيري، لتحقيق التواصل الإنساني المعبر عن ذاته المبدعة ولانجاز طموحاته في التنمية والتقدم[1]".

وليس الإبداع حكرا على احد دون آخر، ولمجتمع دون غيره. فقد حظيت ظاهرة الإبداع باهتمام المجتمعات المتقدمة والنامية والقديمة والحديثة على حد سواء، ولكن بدرجات متفاوتة، وبدأت ملامح التطور التاريخي الأولى لمحاولة دراسة الإبداع في عصر الفلاسفة الإغريق قبل أكثر من عشرين قرنا، إذ قدم سقراط مفهومه للإبداع الذي ارتبط بالنواحي الدينية وعدّه إلهاماً من وحي الإله. وبقي الاعتقاد سائداً لمدة طويلة وقيامه بدور العنصر المنظم للثقافة، فأصبح من الصعب على الثقافة التطور لمجاراة التطور التكنولوجي لأنه من المحظور على العلماء اكتشاف إسرار كونية تتناقض مع المعتقدات الدينية، وترتب على ذلك تعثر مسيرة المعرفة العلمية. لكن العلماء والمفكرون ورجال الاقتصاد والسياسة واجهوا تحدي المؤسسة الدينية في عصور النهضة الأوروبية وخاضوا حربا ضد الكنيسة الكاثوليكية دامت ثلاثين سنة وانتهت في عام ١٦٤٨م[2].

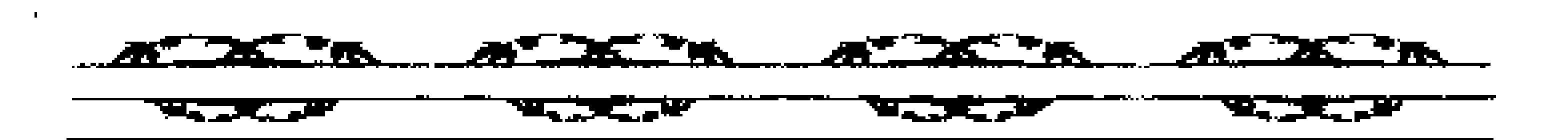
وترتب عنها تحرر الفكر، وتراكم المعرفة، وتسارع وتيرة التطور والتحول الاجتماعي. **"وبينما كانت الشعوب الأوروبية تتقدم وتستولي على عملية صنع التاريخ، كانت الشعوب العربية تخرج من التاريخ الحضاري لتعيش على هامشه قرونا لم تنتهي من بعد الخلافات السياسية والخرافات باسم الدين، والابتعاد عن حكمة العقل ورأي العلم[3]".**

---

(١) المصدر السابق نفسه، ص٢٧ .

(٢)د. جاسم محمد الذهبي، ((التطوير الإداري))، بغداد، جامعة بغداد، دار الكتب والوثائق، ٢٠٠١م، ص٤٠١ .

(٣) المصدر السابق نفسه، ص٤٠٢ .



وشهد عقد الستينيات تبلور دراسات الإبداع، وكانت أعمال "جيلفورد"* البداية، وقدم أنموذجا عن بناء العقل وقدراته الثابتة، إلا إن فيرنون عارض هذا الأنموذج في المدة الواقعة بين ١٩٦٠م – ١٩٧٠م فذهب إلى "أن القدرات العقلية ليست ثابتة ولكنها متغيرة ومتطورة، استنادا إلى خبرات الإفراد والبيئة، والإبداع هو النتيجة الحتمية للفضول وحب الاستطلاع والإيمان بأنه دائما هناك طريقة أفضل لأداء العمل، وأيضاً للرغبة في التغيير"(١).

وازداد الطلب على النشاط الإبداعي في إطار الثورة التقنية، لتحقيق التطور الذي ينشده الإنسان، والذي لم يعد يسير وفق السياق السابق. وذلك "بعد بروز عامل مهم من عوامل التطور في حياة الإنسان وهي التكنولوجيا التي ادت بالعلم والمعرفة إلى مراحل متقدمة، حتى بات اللحاق بها يعد من أصعب مهمات الإنسان المعاصر ومن أولويات اهتماماته في مواكبة متطلبات العصر"(٢). وكان الإبداع الفكري في القرنين السابقين، منصبا على الابتكارات العلمية والتكنولوجية. "ولكن سيكون القرن ٢١ قرن إبداع الفكر الثقافي، ويتوقع إن يزداد الطلب على هذا النوع من الإبداع"، وذلك لأسباب عدة من أهمها(٣):

١- ظهرت إشكاليات ثقافية عدة تنتظر حلولا جديدة، في مجالات اللغة والتربية والإعلام والفنون وتجديد التراث، بل على صعيد نظم القيم(٤).

٢- تسعى علوم الإنسانيات الدخول في مصاف العلوم الدقيقة، فلهذا تبحث عن مناهج جديدة.

---

* جيلفورد: في عام ١٩٥٠م كان التحول الكبير في دراسة الإبداع على يد جيلفورد ***Guilford*** في المؤتمر السنوي لرابطة علم النفس الأميركية وكان من نتائجه تكثيف البحوث العلمية الجادة التي تناولت مفهوم الإبداع وأخضعته لمنهجية التجريب لأول مرة .

(١) مجموعة مؤلفين، تحرير روبرت ستير نبرج، ((المرجع في علم نفس الإبداع))، مصدر سبق ذكره، ص٨٠.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص٧٧ .

(٣) د. نبيل علي، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٨٧ص١٨٨.

(٤) المصدر السابق نفسه، ص١٨٧.



٣- تزايد أهمية صناعة الثقافة كمورد أساس للدخل القومي، سيؤدي زيادة الطلب على إبداع الفكر الثقافي، من اجل إنتاج سلعة ثقافية مبتكرة ذات قدرة تنافسية عالية.

ثانيا: نظريات تفسير العملية الإبداعية

يتمتع الإبداع باهتمام بالغ من قبل الباحثين، وتعددت النظريات التي اهتمت بعرض طبيعته، كل حسب اهتماماتها بتفسير العملية الإبداعية وهي:

١- المنهج السلوكي ***Approach Behaviorism***: يتوقف ظهور الإبداع بصفته نشاطا على "توافر ثروة من الأفكار المكتسبة عن طريق الخبرة التي يحياها الفرد ويصوغها صياغة جديدة، أو يضعها في تراكيب جديدة، وتنتمي لهذا المنهج نظرية الاشراط الكلاسيكي التي تتفق على أهمية المعززات التي تعقب الاستجابات المرغوبة في تنمية السلوك الإبداعي"[1].

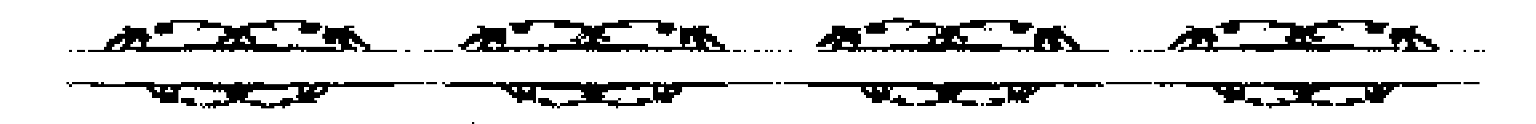
٢- المنهج الإنساني ***Humanistic Approach***: "يؤكد على الطبيعة الإنسانية بما تنطوي عليه من حاجات في الاتصال الإنساني المملوء بالعاطفة، واحترام الإنسان باعتباره قيمة من القيم. واحد المفاهيم الأساس في مجال الإبداع هو تحقيق الذات عبر تقبل الفرد واحترام آرائه وشخصيته". ويرى ماسلو، وكارل روجرز إن القدرات الإبداعية موجودة لدى الإفراد كلهم،ويمكن أن تتطور إذا ما توافرت لها البيئة المناسبة التي تخلو من الضغوطات والتهديد[2].

٣- المنهج العاملي ***Factor Approach***: يستند على تطبيق الاختبارات النفسية، ومن ابرز النظريات العاملية نظرية التكوين العقلي لجيلفورد، إذ توصل عن طريق توظيف التحليل العاملي إلى وجوب وجود مجموعة من القدرات الإبداعية

---

(١) د.صالح محمد علي ابو جادو، د.محمد بكر نوفل،((تعليم التفكير- النظرية والتطبيق))،عمان، دار المسيرة،٢٠٠٧م، ص١٣٥.

(٢) ألكسندر وروشكا ،((الإبداع العام والخاص))،ترجمة: د.غسان عبد الحي أبو فخر،الكويت،عالم المعرفة، ١٩٨٩م، ص٢٦ص٢٧.



وهي: الطلاقة، والمرونة، والحساسية تجاه المشكلات، وإدراك التفاصيل، وهذه القدرات تشكل مكونات الإبداع[1].

٤- **المنهج الباطني** ***The Mystical Approach***: يعدّ من الاتجاهات القديمة المفسرة للعملية الإبداعية، بإنها نتيجة تدخل الهي وغير قابلة للفهم والتفسير عن طريق المنهج العلمي[2].

٥- **المناهج النفسية الاجتماعية** ***Social Psychological Approaches***: تركز الاتجاهات النفسية الاجتماعية على **المتغيرات البيئية**، وتؤدي دورا في تنمية التفكير الإبداعي عبر العمل على توليد الدافعية الداخلية للفرد، وتحفزه على توليد الاستجابات الإبداعية، وقام ديان سيمونتون بدراسة تحليلية لدور المجتمع في تنمية التفكير الإبداعي في عام ١٩٨٨م، "**وأظهرت الإفراد المعرضين لتأثير أكثر من ثقافة، يتوافر لديهم خاصية الإبداع عن تلك الموجودة لدى إفراد يعيشون في ثقافة واحدة**". واهتمت بالتنظيم للمعرفة وعملية التفاعل الاجتماعي التي تحدث بين الأفراد، وتؤثر في العملية الإبداعية، إذا توافرت بيئة مشجعة[3].

٦- **المنهج السيكومتري** ***The Psychometric Approach***: يهتم بالعمل على **قياس القدرات الإبداعية**، وأفضل من مثل هذا هو العالم تورنس ***Torrance*** عن طريق اختباره المسمى باسمه. ويستعمل في قياس القدرات الإبداعية والمتمثلة في الطلاقة، والمرونة، والأصالة. وما يميزه التفسير ذو الجانب الأحادي للإبداع، إذ **اهتم كل اتجاه في جانب معين "الذكاء، البيئة، التعليم، أصالة الفكرة، ..."، واغفل آخر**[4].

---

(١) Guilford J.P(1997).Creative talents: Their nature uses and development, Buffal, New York: Bearly Cimited. نقلا عن: د.صالح محمد علي أبو جادو، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٣٧.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص١٣٧.

(٣) د.فتحي عبد الرحمن جروان، ((الموهبة والتفوق والإبداع))، العين، دار الكتاب الجامعي، ١٩٩٨م، ص٧٣.

(٤) المصدر السابق نفسه، ص٧٧ .



ثالثا: مستويات الإبداع

يظهر الإبداع بمستويات مختلفة تتراوح بين اكتشاف تركيب، والتحدث عن ظاهرة معينة وتصميم مخطط، لذلك فقد صنف تايلور "*Tylor,1959*" الإبداع إلى مستويات خمس(١):

١- الإبداع التعبيري:*Expressive* ويعني تطوير فكرة أو نواتج موجودة بغض النظر عن نوعيتها، ومثال هذا كتابة طفل لقصة أو رسومات الأطفال التي تتسم بالعفوية.

٢- الإبداع المنتج أو التقني *Productive / Technical* : ويشير إلى البراعة في التوصل إلى نواتج من الطراز الأول، ومثال ذلك تطوير آلة موسيقية معروفة أو عمل لوحة فنية.

٣- الإبداع الابتكاري *Inventive*: ويشير إلى البراعة في استعمال المواد لتطوير استعمالات جديدة لها دون إن يمثل إسهاما جوهريا في تقديم أفكار أو معلومات جديدة. ويتميز بأنه غالبا ما يخضع لمواصفات تحددها عادة دوائر تسجيل براءات الاختراع التي تشترط أن يكون العمل غير مسبوق ونافعا معا مثل ابتكارات *Edison*.

٤- الإبداع التجديدي *Innovative* : ويشير إلى القدرة على اختراق قوانين ومبادئ أو مدارس فكرية ثابتة وتقديم منطلقات وأفكار جديدة كتلك التي قدمها كوبرنيكس *Copernicus* من إضافات جوهرية في توسيعه لنظرية بطليموس في علم الفلك وإعادة تفسيرها.

٥- الإبداع التخيلي *Imaginative* : وهو أعلى مستويات الإبداع، ويتحقق فيه الوصول إلى مبدأ أو نظرية أو افتراض جديد كليا، ويترتب عليه بروز مدارس

(١)Taylor,I.(1959).The nature of the creative process.In P.Smith (Ed.).Creativity(pp.51-82).New York:Hastings House .

نقلا عن: د.زيد الهويدي، ((الإبداع: ماهيته، اكتشافه، تنميته))، العين، الإمارات، دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٤م، ص٣٠.



وحركات بحثية جديدة، ويظهر ذلك في إعمال اينشتاين ***Einstein*** في العلوم وبيكاسو ***Picasso*** في الفنون.

رابعا: المكونات العامة للتفكير الإبداعي

١- العملية الإبداعية *Creative Process*: تشير إلى "الكيفية التي تمّ عبرها إنتاج الإبداع، وليس من الضروري مرور عملية الإبداع بمراحل محددة"، واقترح والاس ***Wallas*** بأن "يمر التفكير الإبداعي وفق أربع مراحل"، على النحو الآتي(١):

١- **مرحلة الإعداد: وتتضمن جمع المعلومات المرتبطة بالمشكلة وتحديدها وفهم عناصرها.**

٢- مرحلة الاحتضان: وفيها يستوعب العقل كل المعلومات التي لها علاقة بالمشكلة.

٣- **مرحلة الإلهام أو الإشراق: وتتولد فيها الأفكار الجديدة التي تقود إلى حل** المشكلة، كما إن المبدع في هذه المرحلة يشعر بنشوة الفرح، ومثال ذلك "قول ارخميدس وجدتها بفرح".

٤- **مرحلة التحقيق: ويتم تجريب واختبار الفكرة الجديدة،** كما على الشخص المبدع إن يتوقع النقد من الآخرين، وأعلن تورنس ***Torrance,1993*** في الكتاب نفسه بأن نموذج ***Wallas*** هو الأساس لأغلب برامج التدريب على التفكير الإبداعي، وتؤكد بدء التفكير الإبداعي بالتحضير المقصود الهادف، وينتهي بالإثبات النقدي.

٢- الإنتاج الإبداعي *Creative Product*: "تؤدي العملية الإبداعية في النهاية إلى نواتج ملموسة بصورة لا اختلاف فيها سواء أكانت على شكل قصيدة أم لوحة

---

(١)Torrance,((The nature of creativity as manifest in testing.In R.J.sternberg,New York:Press Syndicate of the University of Cambridge,PP.43-75 .

نقلا عن: د.زيد الهويدي، ((الإبداع: ماهيته، ... مصدر سبق ذكره))، ص٣٠ص٣١.

فنية أم اكتشاف أم نظرية. وقد حددت مواصفات لتقييم الأعمال الفنية والأدبية والموسيقية من حيث مستوى الإبداع فيها، وغالبا ما اتخذت الأصالة والملائمة كمعيارين للحكم على النواتج"[1].

٣- السمات الشخصية للإفراد المبدعين Creative Person: في مجالين، وهي[2]:

- الخصائص المعرفية: الذكاء، والطلاقة اللفظية، والخيال الواسع، والمرونة، والمهارة في اتخاذ القرار، والقدرة على التفكير المنطقي، والتكيف مع الأوضاع المستجدة، والقدرة على استيعاب المواقف، وتفضيل التواصل غير اللفظي، واستعمال المعرفة الموجودة كأساس لتوليد أفكار جديدة وتحديد مشكلات جيدة للبحث والمتابعة.
- الخصائص الشخصية والدافعية: وقد يتوافر بعض منها لدى شخص مبدع ولا يتوافر لدى آخر. وتتمثل في: الرغبة في التصدي للمواقف الصعبة، والمثابرة، والميل للبحث، وحب الاستطلاع، والتنظيم الذاتي بوضع قواعد للسلوك عوضا عن إتباع قواعد الآخرين[3].

٤- خصائص البيئة Characteristic of Environment and Surrounding:

"لا يحدث الإبداع من فراغ، لان البيئة حاضرة، ويكون لها اثر على الإبداع بتحفيزه ودعمه. فالتقاء المتغيرات المرتكزة على الشخص مثل الذكاء والمعرفة والدوافع ومتغيرات البيئة أمر ضروري للإبداع، وتشمل البيئة المادية الأسرة والمدرسة ووسائل الاتصال ومجال النشاط والثقافة، وتشير الثقافة إلى نسق مشترك من الإدراك والسلوك والعادات والقيم والقوانين والرموز التي يتفاعل بها مجموعة من الناس مع بيئاتهم الاجتماعية والمادية"[4].

"وتختلف المجتمعات في إبداعها ليس نتيجة اختلاف تكوين إفرادها العقلي والجسمي، وإنما هو نتيجة اختلاف البيئة، فتقدم العلوم في الغرب، ليس لان

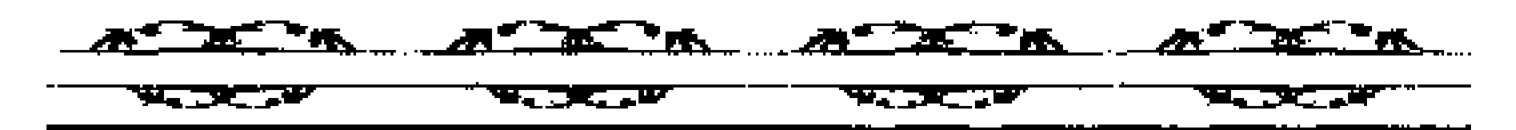
---

(١) د.فتحي عبد الرحمن جروان، ((مصدر سبق ذكره))، ص٨٦.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص٨٦.

(٣) د.فتحي عبد الرحمن جروان، ((مصدر سبق ذكره))، ص٨٥.

(٤) روبرت ستيرنبرج، ((المرجع في علم نفس الإبداع))، مصدر سبق ذكره، ص٦٤٩.



إفرادها أكثر ذكاء وإنما البيئة مشجعة على الإبداع، فتشعر المبدع بالأمن النفسي، وشعوره الداخلي بالحرية في التفكير والتعبير الحر، وتشجعه، وتمنح للفكرة والرأي فرصة للتجريب حتى وان بدا عليها خروج عن الشائع والمألوف[1].

خامسا: مداخل نظرية للإبداع

تناول عدد من الباحثين ظاهرة الإبداع، وعدوها حلا للمشكلات غير العادية، ونظرا لأهمية هذه النظريات فسوف نتناولها بإيجاز على النحو التالي[2]:

١- **نظرية جيلفورد *Guilford theory*:** تستند هذه النظرية بشكل أساس على العقل، وميز جيلفورد الخصائص المرتبطة بالإبداع على أساس التحليل العاملي، وهي: الطلاقة والمرونة والأصالة والتوسع والحساسية تجاه المشكلات. وفسر الإبداع بأنه مكون من ثلاثة إبعاد هي: العمليات والمحتوى والنتاجات، وافترض إن الذاكرة أساس أنواع السلوك المرتبطة بحل المشكلة "**الخزين المعرفي**"[3].

٢- **نظرية أوسبورن *Osborn theory*:** يعدّ أسلوب العصف الذهني ***Brainstorming*** من أكثر الأساليب المستعملة في تحفيز الإبداع، ويتكون من ثلاث مراحل وهي[4]:

- **توضيح المشكلة وتحليلها إلى عناصرها الأولية**، ثم تبويبها من اجل عرضها للمناقشة، وقد تسمى هذه المرحلة بأسلوب "إمطار الدماغ".
- **توضيح العمل** ويطلب من الإفراد **تجنب تقويم الأفكار** المطروحة، وتقبل أي فكرة.

---

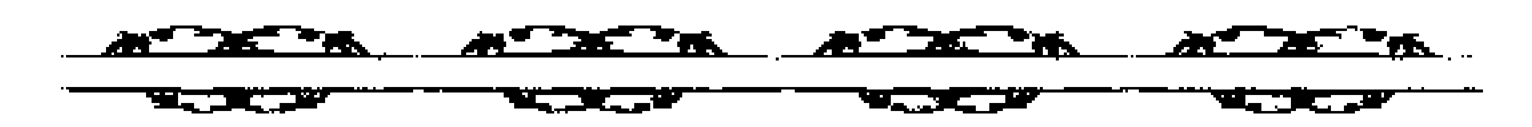
(١) د.علي عبد الله ، ((الإبداع الموسيقي))، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، ٢٠٠٠م، ص٩٥.

(٢) الكسندر روشكا ......((مصدر سبق ذكره))، ص٢٥ ص٤٠ ص٥٤.

(٣)Guilford, J. P. (1959). Traits of creativity . In H. H. Anderson (Ed.), Creativity and its cultivation (pp. 142-161). New York: Harper.

نقل عن : الكسندر روشكا، ((مصدر سبق ذكره)).

(٤) المصدر السابق نفسه.



- تقويم الأفكار واختبارها عمليا، للكشف عن الإبداع، وإظهار الحل المبدع للمشكلة*.

٣- نظرية تيريز *TRIS Theory*: "وتعنى باستعمال طرق لاستيعاب المعرفة وتوظيفها في حل المشكلات، إذ توفر القواعد المعرفية التراكمية، العلمية والتكنولوجية والاقتصادية والإعلامية والاجتماعية ..، مصدرا لا ينضب من الحلول الإبداعية لمن يحتاجها، إذ أن ٩٨٪ من الأفكار الإبداعية، تم توليدها باستعمال المعارف والتقنيات المتوفرة مسبقا في هذه القواعد المعرفية. ويتطلب ذلك وجود القدرة والمهارة اللازمة لتنظيم عملية التفكير. وبسبب التقدم العلمي وزيادة حدة التنافس العالمي الذي يستدعي السرعة والإبداع في حل المشكلات وتطوير منتجات وخدمات بأقل تكلفة وأكثر كفاءة"، تسعى الدول والشركات العالمية إلى تزويد كوادرها البشرية بالآليات تحتوي على قواعد معرفية كبيرة تساعد على تنسيق وتنظيم وإدارة التفكير الفردي والجماعي للوصول إلى حلول إبداعية[1].

٤- نظرية الإبداع الجاد *Serious Creativity*: يفترض ديبونو *De Bono* "استعمال إستراتيجية مقصودة للتدريب على هذا النوع من الإبداع، واعتمد على فهم الآلية التي يعمل بها الدماغ، إذ يقوم الدماغ بتنظيم المعلومات التي ترد إليه عبر الحواس بطريقة ذاتية التنظيم عبر عملية التعلم، ويعمل الدماغ

---

* البارومتر وناطحة السحاب والعصف الذهني، في جامعة كوبنهاجن بالدانمارك جاء احد أسئلة الفيزياء كيف تحدد ارتفاع ناطحة السحاب بالبارومتر فكانت إجابة الطالب كالتالي: يمكن إلقاء البارومتر من أعلى ناطحة السحاب على الأرض، وقياس الزمن الذي يستغرقه البارومتر حتى يصل إلى الأرض، أو باستخدام قانون الجاذبية الأرضية، أو عندما تكون الشمس مشرقة يمكن قياس طول ظل البارومتر وطول ظل ناطحة السحاب، أو أعطي حارس الناطحة البارومتر هدية إذا قال لي طول ناطحة السحاب، إما إذا أردنا تعقيد الأمور، فنحسب ارتفاع الناطحة بواسطة الفرق بين الضغط الجوي على سطح الأرض وعلى ناطحة السحاب باستخدام البارومتر. كان الحكم ينتظر الإجابة الأخيرة التي تدل على فهم الطالب لمادة الفيزياء، بقي إن نقول: إن اسم الطالب هو نيلز بور، وهو لم ينجح فقط في مادة الفيزياء، بل انه الدانمركي الوحيد الذي نال جائزة نوبل في الفيزياء.

(١) ((صيد الفوائد- الإبداع والابتكار، نظرات في خصائص المبدعين)). www.saaid.net

على تشكيل الأنماط، والبحث عنها عند الحاجة. والمقصود بالنمط: "**التشكيلة المنظمة للخلايا العصبية التي يتألف منها الدماغ، أو تسلسل عصبي متكرر، لمفهوم أو فكرة أو صورة**"، واقترحت النظرية مجموعة من الاستراتيجيات التي يمكن توظيفها لتنمية الإبداع الجاد، ومنها إستراتيجية القبعات الست ***Six Thinking Hats***، وتهدف إلى تبسيط عملية التفكير وزيادة فاعليته[1].

وتمثل هذه النظريات احدث التجارب العالمية في تنمية الإبداع، ويستطيع المهتم الاستزادة بالرجوع إلى المراجع ذات العلاقة*.

سادسا: مميزات المنتج الإبداعي

إن المعيار الرئيس لتقويم الإبداع، إن "**يكون النتاج جديدا وأصيلا، وذا قيمة للمجتمع في الوقت ذاته. ويظهر النتاج بأشكال متنوعة، وفق وظيفة هذا النشاط ومستواه في الأصالة والقيمة والفائدة للمجتمع**". ويندرج تنوع النتاج في صنفين: "**النتاج المحسوس الواقعي المنفصل نسبيا عن مبدعه** مثل العمل الأدبي، القطعة المنحوتة، اللوحة، اكتشاف جهاز أو مادة"، و"**النتاج الذي لا ينفصل عن مبدعه بل يتصل به مباشرة**" مثل إبداع الممثل بدور ما، أو راقصة الباليه، أو قائد اوركسترا ..."، ويعبر هذا النتاج بوضوح عن الشخصية المبدعة[2]. ويمكن تمييز معيار آخر لتقويم المنتج الإبداعي وهو "إعادة الخلق ***Re-creation***، ويتضمن القدرة على تنظيم الأفكار

---

(1) De Bono,((Creative thinking)),retrived January 25,2003. نقلا عن: د.صالح محمد علي أبو جادو، ((مصدر سبق ذكره))، ص٤٦٢ ص٤٩٠.

* د.صالح محمد علي ابو جادو،د.محمد بكر نوفل،((تعليم التفكير- النظرية والتطبيق))،عمان، دار المسيرة، ٢٠٠٧م.

- مجموعة مؤلفين، تحرير روبرت ستير نبرج، ((المرجع في علم نفس الإبداع)) ترجمة محمد نجيب الصبوة وآخرون.
- د.فتحي عبد الرحمن جروان، ((الموهبة والتفوق والإبداع))، العين، دار الكتاب الجامعي، ١٩٩٨م
- الكسندرو روشكا ، ((الإبداع العام والخاص))، ترجمة د.غسان عبد الحي ابو فخر، الكويت، عالم المعرفة، كانون الأول ١٩٨٩.
- د.زيد الهويدي ، ((الإبداع: ماهيته، اكتشافه، تنميته))، العين، الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٤م.

(٢) الكسندرو روشكا، ((مصدر سبق ذكره))، ص٣٢.



وإعادة تركيبها تبعا لطبيعة البيئة، ويطلق على النتاج بالإعداد، ويتمكن الفنان المبدع التوصل إلى نتاجات موسيقية مستنبطة من أفكار الآخرين أو هي تطوير لها، إذ يمكن اعتماد **الأفكار الموسيقية الشائعة "تراث" لاكتشاف أفكار جديدة**[1].

سابعا: أنواع الإبداع

توجد أنواع للإبداع "**بقدر ما تشتمل عليه الطبيعة الإنسانية من خصائص جسمية ونفسية وعقلية وانفعالية**.."[2]. ويتخذ تسميته من الحقول المعرفية التي تستعمل به، "**ولا يعني الإبداع الخلق من عدم، بل إنشاء شيء جديد انطلاقا من التعامل الخاص مع أشياء قديمة، ويكون هذا التعامل عبارة عن إعادة تأسيس أو تركيب**[3]".

وتبدو الثقافة العربية في حاجة إلى عملية ابتداع، "**تتمثل في إبداعات ثقافية على شكل تغييرات، ليس عن طريق إدخال عنصر ثقافي جديد، بل عبر ابتداع فني أو أدبي أو تكنولوجي أو سلوكي أو قيمي أو أخلاقي. وليس بالضرورة إن تكون تلك الإبداعات مختلفة، إذ كثيرا ما تكون توليفات من عناصر قائمة أو تشكيل جديد من علاقات لم يكن لها وجود من قبل، ويعرف الإبداع: "بإضافات مقصودة إلى الثقافة، تقود إلى ارتقاء المجتمع"، ولا يتحقق الارتقاء بالمجتمع بمجرد التغييرات الدستورية أو القانونية أو إدخال التكنولوجيا بل عن طريق التغيير العقلي والعاطفي**[4]".

ويتم تمييز أنواع الإبداع إلى:

١- **الإبداع العلمي**: هو "اختراع واكتشاف يتم بواسطة خطوات فكرية ميزتها الأساس أنها تقبل التحقق إما بالتجربة، أو بجملة من عمليات المراجعة يقودها

---

(١) د.علي عبدالله، ((مصدر سبق ذكره))، ص٧٨.

(٢) الكسندرو روشكا، ((مصدر سبق ذكره))، ص١١٠.

(٣) د.محمد عابد الجابري، ((إشكاليات الفكر العربي المعاصر))، مصدر سبق ذكره، ص٥٢.

(٤) د.هادي نعمان الهيتي، ((إشكالية المستقبل في الوعي العربي))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٣م، ص١٧٩.



منطق معين، ويتخذها العقل ميزانا للصواب والخطأ، فالاكتشاف والقابلية للتحقق هما اللذان يؤسسان الإبداع في العلم[1].

ولا يكون النتاج الإبداعي في العلم مرتبطا بالمبدع، إنما يكون النتاج كوسيط بين الحاجات والأهداف المحددة خارجيا. وينطوي موقف العرب من الإبداع العلمي على ازدواجية، تتمثل بقطيعة أو واقع إخفاقي. ويعدّ البحث العلمي العربي **"ظاهرة تاريخية دونتها المراجع في الحقول المعرفية المختلفة تاركة موروثا ثقافيا اسهم في رفع رصيد الرأسمال الرمزي للحضارة، لكن الإرث المعرفي أصبح مهددا لأننا لم نوفه حقه من الجمع والتأمل، بل إننا تركنا لغيرنا إن يكشف نطاقه، فليس التراث متحف لروائع الانجازات، وإنما رصيد من الخبرات نتعامل معه ونحاول فهمه لإيجاد عون على مواجهة الحاضر والإعداد للمستقبل. وتبديل النهج الخاطئ في تناول الحياة للأفكار المتسترة في وجه ما يمكن إن يكون فيضا غنيا من الإبداع العلمي العربي، فالمستقبل تكرار للماضي ندخله من بوابة مختلفة[2].**

ويمكن إن نتعلم من تراثنا العلمي، إن أبناء الحضارة الإسلامية فهموا المعرفة التي تتطور باستمرار عبر اكتشافات متغيرة على الدوام، لا يوجهها منطق الثبات استنادا إلى عقائد ثابتة أو انحياز مسبق، وربما يكون مرد ذلك هو حالة الانفتاح المعرفي والإيديولوجي التي ميزت الإسلام في استيعابه للتعددية، وأفرزت الإبداع العلمي في نوع من الاعتراف ببعد عالمي للممارسة العلمية[3].

ويستوجب لهذا تغلغل التفكير العلمي في السياق الثقافي والاجتماعي، والإيمان بمنطق التطور، وتجاوز التراث ذاته بعد استيعابه، فتأويل التراث يحفزنا على تجاوزه[4].

---

(١) د.محمد عابد الجابري، ((إشكاليات الفكر العربي المعاصر))، مصدر سبق ذكره، ص٥٢ ص٥٤.

(٢) د.أسامة أمين الخولي ومجموعة مؤلفين، ((تهيئة الإنسان العربي للعطاء العلمي))، بحوث ومناقشات الندوة الفكرية التي نظمها مركز دراسات الوحدة العربية بالتعاون مع مؤسسة عبد الحميد شومان، بيروت، ١٩٨٥م، ص٤٤ ص٤٥.

(٣) د.أسامة أمين الخولي ومجموعة مؤلفين، مصدر سبق ذكره، ص١٥٦.

(٤) د. سعيد توفيق، ((أزمة الإبداع في ثقافتنا المعاصرة))، بيروت، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، ٢٠٠٧م، ص٢٨.



ويتحمل المبدع في العلم مسؤولية، "ليس فقط نحو إنتاج معارف جديدة، إنما نحو توجيه رجال السياسة في عملهم لخدمة الوطن. ويمكن تفسير هذا تجاه الأحداث التي هزت العالم، إذ أدى استخدام منتج فيزيائي "القنبلة الذرية"، في آب ١٩٤٥م في اليابان، إلى إحداث صدمة لرجال العلم، ولا تقتصر مساهمة العلم على ما قدمته العلوم الدقيقة لوحدها، فعلم النفس الإعلامي أضاف تقنيات الدعاية والتضليل الإعلامي"[١].

وأسهمت الإحداث في تنامي إحساس قوي بالمسؤولية من قبل العلماء، وقد التزم غالبية العلماء بمعارضة خضوع العلم للمؤسسة السياسية، وكان نوربيرت واينر *Norbert Wiener** منهم ووضح وجهة نظره بأنه: "تقع على عاتق رجال العلم بصفتهم مبدعين، مسؤولية تقييم الظروف السياسية والاجتماعية التي يرون أنها الأكثر ملائمة من اجل وضع، أو منع، نتائج إعمالهم في أيدي القادة السياسيين"، ولهذا يجب ضبط الاستعمال الاجتماعي للعلم والتحلي بالمصداقية[٢].

٢- الإبداع الفني: هو "إنتاج نوع جديد من الوجود بواسطة إعادة تركيب أصيلة للعناصر الموجودة"[٣].

وتعبر الفنون عن هوية الشعوب، ويرتبط مستقبلها بتراثها وبإبداع فنانيها لواقع الحياة. وطرأت تغييرات على الفنون، فأسهمت ثورة المعلومات ووسائل الاتصال في عقد التسعينيات من القرن العشرين في خلق فجوة ثقافية بين الجيل الحالي والسابق بلغت خطورتها، على سبيل المثال في الأغاني التي ابتدعها عمالقة الفن العربي واخذ يؤديها البعض، وبأداء هابط بمساعدة التقنيات في الصوت والتسجيل،

---

(١) فيليب بريتون، ((يوتوبيا الاتصال... مصدر سبق ذكره))، ص٤٧.

* نوربيرت واينر: باحث وأستاذ أمريكي في معهد ماساشوستس وملهم المجتمع الجديد والإنسان الجديد الذي سيسكن هذا المجتمع ومبتدع السيبرانية، أو العلم العام للاتصال، وفي عام ١٩٤٨م نشر كتابه((The Human Use Of Human Being)).

(٢) المصدر السابق نفسه، ص٥١- ص٥٦- ص٥٧.

(٣) د.محمد عابد الجابري، ((إشكاليات الفكر العربي المعاصر، مصدر سبق ذكره))، ص٥٣.



ولكن استطاع بعض الفنانين تجسيد مقولة "**إن كل فن مبدع مهما تقادم يمكن إن ينبعث مع كل عصر بروح جديدة**"[1].

وتمثل الفنون أهم سلع الصناعات الثقافية، وليس إمامنا إلا بديلان: إما إن ننتج فنا وإعلاماً متميزا، وإما إن نستورده على حساب مزيد من اختلال ميزان مدفوعاتنا ماديا وثقافيا. ويتوقع تشدد شركات إنتاج الفن العالمية من ضغوطها على فنوننا الشعبية من موسيقى ومنتجات حرفية، مستغلة تفوقها في إنتاج تكنولوجيا المعلومات، ولهذا يحتاج تراثنا الفني إلى استعمال التكنولوجيا في رقمنته وصيانته وأرشفته وإعادة استخدامه وتوظيفه. وإن لم نتول نحن هذا، فسيتكفل به غيرنا، لاسيما وان المادة التراثية الخام تعدّ ملكية مشاعة للجميع، ويكفي ما تفعله إسرائيل بالتراث الشعبي الفلسطيني من أزياء وأغان وفنون فولكلورية، وتشهد على ذلك مقتنيات المتحف اليهودي في القدس. **ويتوقع أيضا زيادة هجرة العقول والمواهب الفنية في إطار مخطط من شركات الإنتاج الإعلامي متعددة الجنسية لإضفاء الطابع المحلي على إنتاجها لزيادة ترويجه في المنطقة العربية**[2].

وتحول الإنتاج الثقافي إلى القطاع الأكثر أهمية في سلسلة القيمة الاقتصادية، ويتم التسويق بموجبه البحث في القيم الثقافية المشتركة بحثا عن المعاني الثقافية القيِّمة التي يمكن تحويلها عن طريق الفنون إلى تجربة "سلعة" قابلة للشراء في الاقتصاد[3].

"ويعدّ الشعر والرواية والرقص والمسرح والموسيقى والفنون البصرية والتشكيلية بمنزلة خصائص ضرورية للتجربة الإنسانية منذ القدم"، ولكن ما يختلف، "الجهود الدؤوبة والناجحة لفصل هذه التعبيرات الجوهرية للإبداع الإنساني عن مجموعتها وأصول المجتمع بهدف بيعها إلى الذين يستطيعون إن يدفعوا ثمنها"[4].

---

(١) مجموعة مؤلفين، ((استشراف المستقبل مصدر سبق ذكره))، ص٦٢١.

(٢)د.نبيل علي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٤٨٨ص٤٨٩.

(٣) جيرمي ريفكن، ((عصر الفرص... مصدر سبق ذكره))، ص٢٢٨.

(٤) المصدر السابق نفسه، ص١٨٨.

وتشكل الثقافة العربية مستودعاً من الاجتهادات الإبداعية التي أسهمت في إثراء الحياة العقلية والسلوكية للمجتمع، ومصدر للعديد من المبدعين في مجال الفن والموسيقى. "وتحليل مقومات الثقافة العربية لجوهرها الممتد عبر ألفيات ثلاث، يمكنها إن تحمل إقامة مجتمع المعرفة في الألفية الثالثة، كما حملته باقتدار في نهاية الألفية الأولى وبداية الألفية الثانية، بل إن غناها يمكن إن يعززا قدرة المجتمعات العربية في التعامل مع العولمة"[1].

"ولقد منحت أنظمة التلفزيون العالمية الإبداع مكانة متميزة عبر الفصل بين "المبدعين، والتقنيين"، جعلت الأول "فوق الخط" والثاني "تحته"، ولكل منهما ميزانيته الخاصة. ويقع المخرجون والكتاب والممثلون فوق الخط وأجورهم رهن بمستوى ما يقدمون من إبداعات. إما تحت الخط من تقنيين فلهم أجورهم التي تقرب من الثبات"[2].

٢- الإبداع الفلسفي: تأتي كلمة "فلسفة" من جمع كلمتين يونانيتين وهما: فيلين= **philein** والتي تعني للحب: و سوبليا= **soplia**وتعني المعرفة أو الحكمة. ورأى اليونانيون القدماء، وهم أول من اخترع "الفلسفة" بان إي شخص يسعى إلى الحصول على المعرفة في إي مجال من مجالات الحياة هو "فيلسوفا"[3]*.

ويعدّ الإبداع الفلسفي: "تأويل، أي توجه معرفي نحو العالم. ويؤمن بمشروعية تعدد التفسيرات، وبضرورة الحوار والإنصات إلى الآخر، وقد يكون شخصا أو نصا أو عملا فنيا، وتسعى إلى تحرر الفهم من أي سلطة سياسية كانت أو معرفية"[4].

---

(١) تقرير التنمية البشرية ٢٠٠٣م، ((مصدر سبق ذكره))، ص٨ ص٩ .

(٢) الإبداع "تلفزيا"، مجلة الإذاعات العربية، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، ع٢، ١٩٩٩م، ص٧٢.

(٣) بروك نويل موور و كينييث برودر، ((الفلسفة قوة الأفكار، أفكار مؤثرة))، جامعة كاليفورنيا، ٢٠٠٧م، ص٢.

* ويعدّ كل موضوع معرفي موجود حاليا ضمن المناهج الدراسية ما هو إلا فلسفة قائمة بحد ذاتها. ولابد إن يكون هذا وراء منح أعلى درجة علمية في علوم الفلسفة، الاقتصاد، الاجتماع، الإعلام، والعلوم الأخرى هي الدكتوراه **PH.D** : دكتوراه في الفلسفة.

(٤) د.سيد توفيق، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٨.



"ويعدّ الإبداع الفلسفي أيضاً نوع من استئناف النظر في المشاكل المطروحة، لا يقصد حلها حلا نهائيا، فليست هناك حلول نهائية في الفلسفة والفكر النظري، بل إعادة طرحها طرحا جديدا يستجيب للاهتمامات المستجدة أو يحث على الانشغال بمشاغل جديدة"[1].

ويدرك الناظر في تراث الفكر العربي، إنه ازدهر حينما تقبل الآخر وعبر عن هذا في ازدهار حركة التأليف والترجمة، واستوعب تمثل الفكر الغربي، ثم نقده واضاف إليه. ولاشك إن حالة التدهور السياسي التي أصابت العرب بسبب ظهور تيارات معادية لتحرر الفكر، وبدت الفلسفة كأنها كفر والحاد[2]*.

"وتتحدد ملامح الأمم بثقافتها التي تتشكل بما يسودها من علم وفلسفة وفن، وتسهم تطبيقاتها في رفاهية الشعوب، وتشكل الفلسفة أساس العلوم والقاسم المشترك في العلوم. ولا يكمن دور العلوم الإنسانية في إشباع حاجات مادية للمجتمع بتخريج موظفين ومهنيين يسدون نقصا في سوق العمل، بل يكمن في بناء الثقافة، ولا تقل التنمية الثقافية في أهميتها عن مسارات التنمية الأخرى. ولا يوجد تطور في أي مجتمع لم يواكبه تطور في البناء الروحي للإنسان في أسلوب التفكير والفهم والوعي"[3].

"وتكمن أسباب أزمة الوضع الراهن للإبداع في الثقافة العربية غياب حرية الفكر التي تعد شرطا لازما للإبداع، ومقترنا دائما بغياب النظام الديمقراطي كأسلوب حياة وتفكير قبل إن يكون مجرد شعار لنظام سياسي. وتشهد التجربة بازدهار الفكر لدى الشعوب التي تحققت فيها الديمقراطية كنظام حياة وتفكير"[4].

---

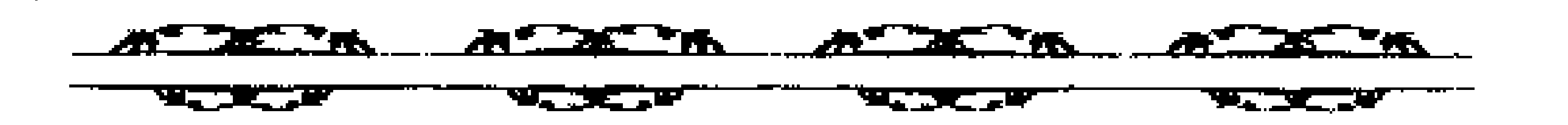
(1) د.محمد عابد الجابري، ((إشكاليات الفكر العربي المعاصر))، مصدر سبق ذكره، ص٥٢.

(2) د.سعيد توفيق، ((أزمة الإبداع في ثقافتنا المعاصرة))، مصدر سبق ذكره، ص٢٩ ص٣٠ .

* فقد شاعت اقاويل من قبيل: "من تمنطق، فقد تزندق" و "الفلسفة شر، ومدخل الشر شر".

(3) د.سعيد توفيق، ((أزمة الإبداع في ثقافتنا المعاصرة))، مصدر سبق ذكره، ، ص١١٩ ص١٢٠ .

(4) المصدر السابق نفسه، ص٧٤.



ثامنا: أزمة الإبداع في الثقافة العربية

ما يميز الإبداع في حقل المعرفة العلمية هو "أنه اكتشاف قابل للتحقق، ويؤسسان الإبداع في العلم". "ويؤسسان الجدة والأصالة الإبداع في الفن والفكر النظري. وتوازن الجدة في الفن والفلسفة الاكتشاف في العلم، وتوازن الأصالة فيهما القابلية للتحقق. وقد يكون التحقق تجريبي وقد يكون منطقي، وتعني كلتا الحالتين المطابقة مع شيء ما. ولا تكون الجدة في الفن والفلسفة، إلا إذا كانت تحمل شيئا من معنى الاكتشاف، ولا تكون الأصالة إلا إذا كانت علامة على قابلية الاكتشاف للتعبير عن واقع معطى"[1].

وينصرف الحديث عن "أزمة الإبداع" إلى جانبين: الجدة والأصالة، أو الاكتشاف والقابلية للتحقق أي المطابقة. ومن جهة أخرى فإذا فهمنا الأزمة بأنها حالة من التوقف تصيب كائنا ما، ماديا أو فكريا، أصبح معنى الأزمة "حالة من التوقف والتدهور على صعيد الجدة والأصالة، إي حالة من التكرار الرديء". إذن أين تكمن الأزمة، هل في الفكر كأداة أم في الفكر كمحتوى؟ ما الذي يعاني أزمة الإبداع، هل الفكر العربي كبنية عقلية، أم كبنية إيديولوجية؟ إن الفكر الأداة والفكر المحتوى متداخلان، فتصيب الأزمة احدهما تنعكس مباشرة على الآخر. وتعم أزمة الإبداع الفكر العربي ككل "البنية الإيديولوجية والبنية العقلية"[2].

"ولم يسجل الخطاب العربي المعاصر تقدم في أية قضية من قضاياه، ويدور في حلقة مفرغة، لدى كل قضية، إما إحالتها للمستقبل أو الوقوف عندها مع الاعتراف بالوقوع في أزمة. ويتضح زمن الفكر العربي المحكوم بنموذج رسخت

(١) د.محمد عابد الجابري، ((إشكاليات الفكر العربي المعاصر))، مصدر سبق ذكره، ص٥٤.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص٥٥.

داخله نوع الآلية الذهنية المنتجة له، ويكرس فيها خطاب اللاعقل بنموذج السلف ويشكل الإطار المرجعي، وانقطاع العلاقة بين الفكر العربي وموضوعه الواقع العربي، يجعل من خطابه خطاب تضمين لا خطاب مضمون، وتظهر بتوظيف الخطاب العربي مفاهيم غير محددة تتداخل في علاقات غير مضبوطة، وتتحول إلى بدائل كلامية بدل إن تكون دوال على معطيات واقعية، بمعنى أنها لا تحيل إلى شيء واضح في الواقع العربي[1].

والثقافة بالمعنى الواسع: "رؤية شعب ما للعالم تتجلى عن طريق إبداعه ووعيه الفكري والعلمي والفني، وقيمه الدينية والروحية التي يؤمن بها"، وتعمل عوامل كثيرة على تشكيل تلك الرؤية، وتكمن أزمتنا الحضارية في الإبداع، فيتعين على خطاب المثقفين إن يبدأ من تلك القضية، فلاشك إن هناك عوامل غير مفعلة لدى الشعب العربي "مشكلة البحث"[2].

تاسعا: العوامل المساعدة على الإبداع

يعد الإبداع لثقافة ما محركاً أساساً في عملية التطور، وجزء من الثقافة طالما بقي يحقق فائدة. وتوجد عوامل عدة اذا توافرت تساعد على نشر ثقافة الإبداع مثل[3]:

١- تشجع وتوجه الاحتياجات المستجدة الإبداع، مما يؤدي إلى إنتاج وسائل جديدة تلبي المستجد من هذه الاحتياجات.

٢- انتشار تقنيات الاتصال الحديثة سهل عمليات التواصل، إذ أصبح الناس أكثر قدرة على الاختيار والتبني والاستعارة.

٣- يستوفي المبدع أجور عالية، لتحرره نسبيا من الالتزامات المادية للحياة والأسرة.

---

(١) د.محمد عابد الجابري، ((تكوين العقل العربي))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط٨، ٢٠٠٢م، ص٥ ص ١١ص١٢.

(٢) د.سعيد توفيق، ((أزمة الإبداع ...))، مصدر سبق ذكره، ص٧ ص٨.

(٣)د.عبد الغني عماد، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٠٢.

٤- الاتصال والتفاعل والحوار مع الآخر، لأنه لم يعد المجتمع العربي قادرا على الإبداع والتأثير بفعل قواه الداخلية الخاصة.

٥- "تركيز الإعلام العربي على مجالي "العلوم وقضايا الواقع" بشكل خاص والعمل على تنمية روح الإبداع لدى المواطن العربي بدلاً من إعطاء الأولوية القصوى للقضايا السياسية التي لم تحل طالما بقيت الأنظمة الديكتاتورية".

٦- "تأسيس مجال معرفي مستقل عن السلطة السياسية يعمل على إنتاج المعرفة وتنميتها باستقلال عن الإكراه السياسي، ولن يتأتى ذلك إلا بترسيخ قيم الديمقراطية، وديمقراطية المعرفة وحرية اكتسابها وإنتاجها من جهة أخرى" "مشكلة البحث".

٧- يتطلب ازدهار ابتداع المعرفة قانونا يضمن للمواطن حقه في المعرفة، وحرية الفكر والرأي، ورغم إن أكثر الدول العربية قد وقعت على المعاهدات الدولية المتعلقة بحقوق الإنسان، إلا إن هذه المعاهدات لم تدخل بعد في الثقافة القانونية لهذه الدول "مشكلة البحث[1]".

٨- "تنسيق عمل الجامعات مع أصحاب العمل للتأكد من إن قدرات خريجيها تتناسب مع متطلبات سوق العمل، فضلا عن توفير المصادر وإنفاق المال لتوفير البيئة الخائلية للتطبيق العلمي لغرض التأكد من إن الخريجين مؤهلين للعمل في المستقبل[2]".

عاشرا: معوقات الإبداع

يسبق التغير في الجانب المادي للثقافة دائما التغير في الجانب اللامادي، ما ينتج عنه "الهوة الثقافية"، وهي "المدة الزمنية التي تقع بين المرحلة الأولى التي يتم التقدم

---

(١) تقرير التنمية الإنسانية العربية، ((مصدر سبق ذكره))، ص١١.

(٢) كاثلين مايلز – واشنطن بوست، ((الألفية الجديدة لمعرفة التنمية العربية))، ترجمة جريدة الصباح الجديد، الخميس ٣/تموز/٢٠٠٨م، العدد ١١٨٠.

التكنولوجي فيها، والى إن ينتقل إلى المرحلة الثانية التي يتم فيها التغير الاجتماعي، وتتسم ببعض مظاهر الاضطراب". لأنه لا يقتصر إشاعة الجديد على طريقة الاستخدام والصيانة، لكنه يستتبع مجموعة من الممارسات والتعديلات تمس العادات والقوانين ونظم الحكم ومجمل المؤسسات الاجتماعية، وينشأ ما يسميه وليم اوغبرن "الثقافة التكيفية" *Adaptive Culture* وتتمثل بالجانب اللامادي الذي يتكيف حسب الظروف المادية. وتتكيف في الجانب اللامادي عناصر سريعة: مثل القدرة على الاستعمال، ولا تتكيف عناصر سريعا أو تتكيف جزئيا مثل الأسرة والدين، وقد تأخذ الهوة الثقافية، وقتا لتتكامل عملية التغير[1].

وتقف عقبات متنوعة في طريق تنمية مهارات التفكير الإبداعي، مثل:

١- نزعة المعارضة الاجتماعية التي ترفض كل جديد خوفاً من نشوء معطيات تطيح بما اعتادت عليه من منافع وعادات، وينشأ عبر هذه النزعة التعصب والتزمت والتمسك بكل قديم، بغض النظر عن أهميته في المجتمع[2].

٢- **"تعمل السلطة السياسية في البلدان العربية على تدعيم النمط المعرفي الذي ينسجم مع توجهاتها، وتحارب الأنماط المعرفية المعارضة. ويشكل عدم الاستقرار السياسي والصراع والتنافس على المناصب، والافتقار لقاعدة ثابتة للتداول السلمي على السلطة "الديمقراطية"، عائقا أساسا إمام الإبداع[3].**

٣- أخضعت مؤسسات البحث العلمي للاستراتيجيات السياسية، وقدمت مقاييس الولاء في إدارة هذه المؤسسات على مقاييس الكفاءة والمعرفة، وقيدت الحريات الفكرية للباحثين، مما أسهم في تكبيل للعقول وقتل لحوافز الإبداع[4].

٤- **عدم وجود من يستفيد من الإبداع، من اكبر معوقات الإبداع في العالم العربي.**

---

(١) Francis R.Allen,((Technology and Social Change,Appleton-Century-Crofts Sociology Series)),NewYork:Appleton-Century-Crofts,1957,pp.527-550

(٢) د.عبد الغني عماد، مصدر سبق ذكره، ص٢٠٦.

(٣) المصدر السابق نفسه، ص٢٠٦.

(٤) تقرير التنمية العربية ... ٢٠٠٢م، ((مصدر سبق ذكره)) ، ص١٠ص١١ .

٥- **ضعف البنية الثقافية للمجتمعات العربية**، يجعل متابعة البرامج الإبداعية في وسائل الاتصال الجماهيرية أمرا مملا. لأنه يخاطب عقليات على درجة من العلم والدراية، ولذا عدم وجود المتلقي سريع البديهة واسع الأفق، أحياناً يحبط المبدع.

٦- **إهمال المسؤولين قضايا المواهب الإبداعية** في جوانب النشاط العلمي المختلفة، وإهمالهم لإقامة المؤسسات التكنولوجية والمختبرات لتنمية المواهب العلمية لدى الشباب العربي.

٧- منع بيع بعض الكتب عن طريق المعارض وترويج كتب أخرى، بدعوى "**المحافظة على الامن الثقافي**" تحول دون الإبداع في بعض المجالات، وضعف اسهام الإعلام العربي[1].

ونستخلص تحكم مسألة الإبداع توجهات عدة ترسم الملامح السلبية التي تميز العالم العربي، وتشكل الإطار العام للمشكلة التي يعاني منها العالم العربي مجملة في التربية الأسرية التي تكون عقلية الإبداع لدى الناشئة، وتفتقد المراحل التعليمية لأساسيات تشجيع الإبداع المكون للبنية الأساس للإنتاج الفكري، ووسائل الاتصال ببرامجها السطحية، وتراجع المؤسسات الحكومية في التفكير نتيجة التوجه غير الكفء الذي يتبوؤه الكثير إن لم يكن القائمين كلهم على تلك المؤسسات. وتبحث الجامعات وهي الأساس الأول لتشجيع الإبداع عن دور ضائع تعرفه، ولكن لا تتجرأ على المساس به "**جراء التخلف المتطور عند مسؤوليها خوفا من تحرك الإبداع الذي سيزيح الكثير من الكراسي من أماكنها إن ظهرت، لأنها ستثبت انعدام الكفاءة المدعاة عند المسكين بزمام الجامعات**[2]".

---

(١) د.إبراهيم قويدر، ((نحو إقامة مجتمع المعرفة- حقوق الإنسان العربي))، ليبيا، بنغازي، دار الكتب الوطنية، ٢٠٠٥م، ص٢٥.

(٢) د. نبيل علي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٤٢٢.



احد عشر: الإبداع والمعرفة وثقافة العولمة

أوصلنا التراكم المعرفي عبر العصور، إلى ما نشهده اليوم من عولمة تشمل كافة نواحي الحياة: الاقتصاد، وأسواق المال، والثقافة والإعلام. ولا تشكل العولمة عصرا، وإنما ظاهرة مجتمعية ومرحلة تاريخية تعمل على الانتقال بالمجتمع الصناعي من الآلة إلى الاعتماد على المعرفة، وتتمحور ثقافة العولمة حول المعرفة مما جعل **"الإنسان المعرفي يتعلم ليعيش ويعيش ليتعلم"[1].**

"وتؤسس العولمة لمرحلة تختلف مقوماتها بفعل التراكمات المعرفية "المعرفة" التي تحركها، وهيمنة الأنظمة الاتصالية، والتي تعدّ إحدى الطرق التي يتكون فيها وعي الإنسان في تفاعله المتواصل معها، إما الثقافة فهي الوسط الذي نعيش فيه". والاشتراك في العولمة في المرحلة الحالية يعتمد على رصيد أي مجتمع في المعرفة المولدة بالإبداع، وهي ليست خيار، ورفضها معناه الوقوع تحت هيمنة مجتمعات أخرى[2].

وتنسجم التحولات التي أحدثتها العولمة مع مراحل التقدم الإنساني في المنظور التاريخي التي يوجزها Bruno Jarroson في الملحق[3]، والتي تشير الى ان تاريخ **التقدم المجتمعي، بشقيه المادي وغير المادي،** حدث نتيجة لفعل أربعة عوامل رئيسة[4]:

١- **حدوث اكتشافات وتطورات تكنولوجية هامة،** لاسيما في مجال أدوات وأنماط وأساليب الإنتاج، ووسائل الانتقال والاتصال، وجمع وتحليل المعلومات.

---

(١) د.محمد عبد العزيز ربيع، ((الإبداع والمعرفة في عصر العولمة))، المؤتمر العلمي الرابع للموهوبين والمتفوقين، عمان، ١٦- ١٨يوليو٢٠٠٥م، ص٥ ص٧.

(٢) د.خلدون النقيب وآخرون، ((العرب والعولمة... مصدر سبق ذكره))، ص٤٤٤ص٤٤٥ .

(٣) B.Jarroson;De la defaite du travail a la conquete du choix Dunod,1997

نقلا عن: منظمة العمل العربية،((التقرير العربي الأول حول التشغيل والبطالة في الدول العربية نحو سياسات وآليات فعالة))، ميدان المساحة، الدقي، الجيزة، ٢٠٠٨م، ص١٢١.

(٤) د.محمد عبد العزيز ربيع، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢.



٢- حدوث تحولات اجتماعية وثقافية، لاسيما في العلاقات بين الناس، وفي الموقف من العمل ومن الوقت ومن الآخر.

٣- حدوث تراكم معرفي، في فهم الطبيعة وقوانينها وخصائص الأشياء وأسرار الحياة.

٤- نزوع الإنسان الدائم نحو الحرية، لاسيما الحرية السياسية والفكرية والحرية العقائدية.

ويشهد العالم نظام اقتصادي أساسه الإبداع الإنساني، ويؤكد ستان ديفيس وكريستوفر ماير في كتابهما ثروة المستقبل ***Future Wealth*** على أولوية رأس المال البشري وسيقود إلى "صراع عالمي حول المبدعين" وكنتيجة لهذا "**تفقد الأصول المادية قيمتها كأصول مضمونة، بينما يصبح رأس المال البشري غير المادي ذا قيمة ربحية**[١]".

وتتقدم المجتمعات بفعل صناعها من المبدعين، عبر عمليات مجتمعية رئيسة، هي: "**العملية الاجتماعية- الثقافية، والعملية السياسية- الاقتصادية، والعملية الإعلامية- المعلوماتية**". "**واستمر نفوذ العملية الاقتصادية في التصاعد حتى أواخر القرن الماضي حين أخذت العملية الإعلامية- المعلوماتية في التبلور، ولم تتبلور العملية الإعلامية المعلوماتية كعملية مجتمعية رئيسة إلا بعد حدوث ثورتي الاتصالات والمعلومات في منتصف القرن العشرين، وتعدّ الأكثر نفوذا وقدرة على توجيه ثقافة الشعوب. وتبلورت العملية الاجتماعية- الثقافية أول تلك العمليات في صورتها البدائية على شكل عادات وتقاليد وأعراف. واستحواذ كل عملية مجتمعية على المكانة الأكثر أهمية في الحياة يجعلها تستقطب أفضل المبدعين**[٢]".

وتتفاوت قدرة المجتمعات على الإبداع، إلا إن نسب المبدعين في المجتمعات كلها متقاربة وتقدر بحوالي٢٠٪ من السكان. وتؤدي البيئة الثقافية دورا في تشجيع

---

(١) Stan Davis and Christopher Meyer,((Future Wealth)),Boston,MA:Harvard Business School Press,2000,page21 نقلا عن: مجموعة مؤلفين،((تنمية الموارد البشرية في اقتصاد مبني على المعرفة))،أبو ظبي، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، ٢٠٠٤م، ص١٢ .

(٢) د.محمد عبد العزيز ربيع،((مصدر سبق ذكره))، ص١٢ .

المجتمعات على تنمية الإبداع، وتحرم مجتمعات، رغم امتلاك إفرادها العقول القادرة على الإبداع، لكنه يبقى أسير للثقافة السائدة والأنظمة المتحكمة لاسيما في المجتمع العربي"[1].

"**ويتشكل العقل الجديد بمنهجين: أولهما "التعليم"، وثانيهما وهو الأكثر هيمنة وتأثير"الاتصال الجماهيري" ولاسيما التليفزيون، ودوره في الوعي الجماهيري**"" ويرتكز بناء مجتمع المعرفة العربي على شرطين: **الأول ضمان الاستدامة*** بإتباع مبدأ البناء من القاعدة، بضمان حرية التعبير وحق المشاركة، ويستحيل بناء مجتمع المعرفة في بيئة تقمع الرأي. ووفر الإنترنت منابر للتعبير تتيح للأفراد والفئات المهمشة أن تسمع صوتها وتحشد التأييد لوجهة نظرها. وما كان انتشار المدوّنات Blogs إلا فرصة تفتح أمام الجميع ليعبروا عن آرائهم ويروجوا أفكارهم وينشروا إبداعهم. والثاني توفير القدرة على المنافسة والصمود إزاء ضغوط العولمة، ولا يتحقق، إلا عن طريق التكامل الإقليمي وتمحور منظومة مجتمع المعرفة العربي حول مقوّم الثقافة، لأنها محور منظومة التنمية[2].

اثنى عشر: خصائص الاقتصاد المبني على المعرفة

يتسم الاقتصاد المبني على المعرفة بالقدرة على توليد واستخدام المعرفة، أو بمعنى آخر القدرة على الإبداع، وبشكل عام يتميز بالآتي[3]:

١- لأتمثل المسافات أيا كان عظمها أي عائق إمام عملية التنمية الاقتصادية أو الاتصال.

---

(١) ((التقرير العربي الأول حول التشغيل والبطالة في الدول العربية ...، مصدر سبق ذكره))، ص١٢٢.

* التنمية المستدامة: "أنها تلبية احتياجات الحاضر دون المخاطرة باحتياجات الأجيال القادمة أي عدم استنزاف موارد الطبيعة".

(٢) د.ابو بكر محمود الهوش، ((المعلومات والتنمية))، ابحاث ودراسات الندوة العلمية الاولى لقسم المعلومات باكاديمية الدراسات العليا بالتعاون مع مركز الدراسات والبحوث/امانة مؤتمر الشعب العام، طرابلس:١٥- ١٧كانون الثاني،٢٠٠٢م،ص٣٦٥.

(٣) مجموعة مؤلفين، ((تنمية الموارد البشرية في اقتصاد مبني على المعرفة))، مصدر سبق ذكره، ص١٠٢ص١٠٣.



٢- انه اقتصاد سريع، فالإخبار، والمعلومات المالية، والصور المرئية، واختراع جهاز الكتروني جديد تنتقل سريعا عبر العالم، وتفقد قيمتها إذا تأخرت. وبين دانييل بيل ١٩٦٧م: "إن متوسط طول المدة بين اكتشاف تكنولوجي جديد وبين إدراك إمكانيته التجارية كان ثلاثين عاما مابين عامي ١٨٨٠م و١٩١٩م، ثم انخفض إلى ١٦ عاما مابين عام ١٩١٩م و١٩٤٥م، ثم إلى تسعة أعوام مابين عام ١٩٤٥م و١٩٦٧م. وانخفض، إذ أضحت الدورات الإنتاجية في أكثر التكنولوجيات مثل الحاسوب وبرامجه تقاس بالأشهر لا بالأعوام"(١).

٣- لا يقتصر دور الفرد كمستهلك للمعلومات، ولكنه أيضا صانع أو مبدع لها.

٤- اقتصاد منفتح على العالم مشاركة واستيراد المعارف الجديدة من الآخرين.

٥- يحتاج الاستثمار في المعرفة لكونه مكلف إلى دعم الحكومات، لضمان ديمومته، وإنتاجيته. وتبدو الخصائص الجوهرية للمعرفة وكأنها متناقضة، **الازدياد بالاستعمال**، فهي مورد لا ينقص، بل ينمو(٢). وتدفع أسباب عدة إلى اعتماد اقتصاد المعرفة في الوطن العربي(٣):

١- توفير أكثر ما يمكن من فرص العمل للكفاءات العالية من خريجي الجامعات.

٢- طرأت على الطلب في البلدان النامية تركيبة جديدة من الاحتياجات المتنامية للإفراد في مجالات المعرفة والثقافة والترفيه والاتصال، والخدمات الموجهة للمؤسسات، والاستشارة.

٣- إيجاد فرص للاستثمار في الأنشطة ذات القيمة المضافة لتوسيع القاعدة الاقتصادية. ومع زيادة الأهمية التي تمثلها المعرفة للتنمية الثقافية فانه علينا

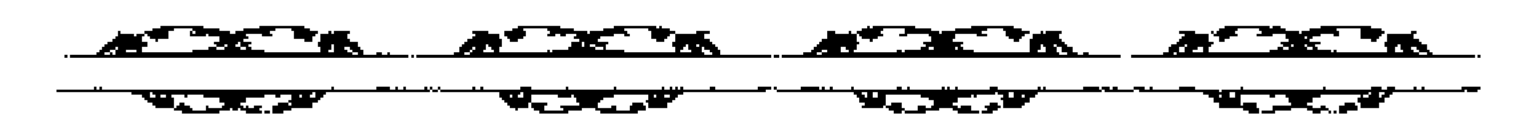
---

(١) فرانسيس فوكوياما، ((نهاية التاريخ وخاتم البشر))، ترجمة حسين احمد امين، القاهرة، مركز الاهرام للترجمة، ١٩٩٣م، ص٩٤.

نقلا عن: نايف علي عبيد وآخرون، ((العرب وثورة المعلومات))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٥م، ص٢٨.

(٢) تقرير التنمية الإنسانية العربية ٢٠٠٣م، ص٣٧.

(٣) التقرير العربي الاول حول التشغيل والبطالة في الدول العربية – نحو سياسات وآليات فاعلة، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٣٢.



إن نعي: إن المصادر التقليدية للميزة التنافسية التي نتمتع بها، والمتمثلة في النفط أساسا، سوف تصبح ذات أهمية اقل في المستقبل في ظل الاقتصاديات المبنية على المعرفة التي لاتتسم بالندرة، مثل النفط[1].

ثلاثة عشر: التحديات* التي تواجه التعليم في الاقتصاد المبني على المعرفة

تختلف الأوضاع التي يعيشها المجتمع العربي، عن التي كان يعيشها منذ ٢٠ أو حتى ١٠ سنوات مضت. ولهذا نحن بحاجة إلى نظم تعليم مختلفة، إذ لا نستطيع التصدي لتحديات القرن ٢١ بالمبادئ التعليمية للقرن ١٩. ووفقا لتوماس كون لا بد لثورة التعلم من "براديغم"* ***Paradigm*** تربوي جديد يعلن القطيعة على تعليم عصر الصناعة. وليس بالأمر الهين، فقد رسخت النظم التعليمية، مما جعل محاولات الإصلاح التربوي تبوء بالفشل في الماضي بعد أن انحصر الإصلاح في النطاق التعليمي الضيق لا على النطاق المجتمعي الشامل[2].

---

(١) مجموعة مؤلفين، ((تنمية الموارد البشرية في اقتصاد مبني على المعرفة))، مصدر سبق ذكره، ص١٠٨ .

* تعدّ مؤشرات التعليم العالي ومقارنتها دوليا الدالة على درجة الانخراط في اقتصاد المعرفة. ولهذا شرعت جامعة **Jiao Tong** بشنغهاي في الصين، ومنذ ٢٠٠٢م في نشر تصنيف دولي لأفضل الجامعات في العالم سنويا بلغ عددها ٥٠٢ جامعة، وتنتمي إلى ٣٥ بلدا. وتم التصنيف باعتماد المؤشرات الآتية: جودة التعليم، جائزة نوبل، المنشورات العلمية، الباحثون الأكثر استشهادا بهم في واحد وعشرين تخصص، الإنتاج العلمي والأكاديمي، المقالات المنشورة. ويبرز التصنيف إن الجامعات العربية ليست مصنفة في جغرافيا المعرفة على المستوى الدولي. وتتعلق الأسباب بعدم كفاية جودة التعليم، والإنفاق على البحث، وضعف حركة النشر والترجمة، على الرغم من عدد مراكز البحث العربية بلغ عددها ٤٧٧ مركزا سنة ٢٠٠٣م.

* البراديغم: هو مجموعة القوانين، والتقنيات، والادوات المرتبطة بنظرية علمية، والتي بها يمارس الباحثون عملهم. اي نظرية علمية جديدة، تقضي على نظرة سابقة تماما كما يحصل في الثورات السياسية. وانشأ توماس كون ما يسميه بالموازة مابين الثورات العلمية والثورات السياسية، عانيا التشابه القوي بينهما. ففي كليهما تنشأ ازمات تسببها حالات عدم انتظام يستعصي على النظام القائم حلها وفي كليهما، من يقوم بالثورة هو جزء من المجتمع وليس كله. وتظهر في كليهما نظرة جديدة لاتلبث ان تؤدي، الى نشوء نظام جديد في السياسة، وفي العلم وفي كليهما ينتهي الامر بنشوء مؤسسات جديدة وتقاليد حياة سياسية او علمية جديدة. وهكذا يستمر الحال الى ان تقع ازمات جديدة تفجر ثورات جديدة.

(٢) توماس س. كون، ((بنية الثورات العلمية))، ترجمة د.حيدر حاج اسماعيل، بيروت، المنظمة العربية للترجمة، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٧م، ص١١٢ص٢٤٠ص٢٤١ .



"وتعدّ الشهادة اليوم هي قبل كل شيء تأهيل اجتماعي، وستفرض ثقافة الإبداع إن تحتوي الشهادات بحد ذاتها على تاريخ انتهاء الفعالية، لكي نكافح ضد جمود الكفاءات المعرفية ونلبي طلبا مستمرا لكفاءات جديدة"، وتعبير "مجتمع متعلم"، يعني نمط جديد من تعليم المجتمع لا يتوقف فيها اكتساب المعرفة عند المؤسسات التعليمية "مكانيا" ولا في نهاية التعليم "زمانيا"، إذ قد يطلب من كل شخص ممارسة مهن عدة عبر حياته، ويصبح الاستمرار في التعلم مدى الحياة امراً ضرورياً(1).

وسيعتمد الوعي بالمستقبل على استعدادنا لهيكلة نظمنا التعليمية، ومنها(2):

١- **التغلب على آفة التلقي السلبي**:أن يكون "التعلم شيئا يفعله الطلبة وليس شيئا يفعل لهم".

٢- **دمقرطة التعلم**: تبني مبدأ البناء من أسفل، لان التعليم لا يقبل إصلاحاً يأتيه من أعلى.

٣- **التمحور حول المتعلم**: إكساب المتعلم القدرة على التعلم ذاتياً، وطيلة حياته.

٤- **تعدد مسارات التعلم وتداخلها**: تتطلب النقلة النوعية من التعليم إلى التعلم التخلص من السلم التعليمي ذي البداية والنهاية المحددتين، وتحويله إلى شبكة مفتوحة من مسارات التعلم.

٥- **الانطلاق من المعلم**: وفق مقولة: "**بأن فاقد الشيء لا يعطيه**"، لا بد أن تكسب مهنته طابعاً بحثياً، ولن تتأتى إلا بالاستماع له ودعوته للمشاركة في توجيه مسار العملية التربوية.

٦- **تحديد مفهوم جديد للامية**: هو عدم القدرة على تجديد وتطوير المعلومات المكتسبة ومواكبة التغيرات العلمية. ورغم ذلك فوطننا يشكو من أمية القراءة والكتابة، في أعلى نسبة، تتراوح ٦٠٪ على الرغم من إننا مسلمون، وأول ما نزل من القرآن الكريم كلمة " **اقرأ** "(3).

---

(1) تقرير التنمية الانسانية العربية ، ٢٠٠٣م، ص٦٠ص٥٨.

(2)حوار مع د.نبيل علي. نقلا عن:

http://www.jehat.com/Jehaat/ar/AljehaAhkhamesa/nabeel_ali.htm

(3) لقاء في مجلة الغد العربي مع د.مهدي المنجرة، ع١٢، نيسان ١٩٩٩م، ص٢٢.

http://www. Mahdi Elmandjra.htm



٧- رفع مستوى الإنفاق التعليمي لكل طالب وتعديل العمر التدريسي: وهناك اتفاق على إن عمر ٦ سنوات يعد مناسبا لبدء العملية التعليمية، ويشير الواقع يجب إن تبدأ قبل ذلك.

٨- تحتاج الصناعات الإبداعية لتعليم عمال مبدعين، لا يتعاملون فيه مع صاحب عمل واحد، ومهنتهم حقيبة تشغيل ذاتي، لأنهم ضمن بيئة عالمية لها قواعدها الثقافية والتقنية المتغيرة والتعليمية المتواصلة، ولهذا يتزايد السعي إلى خدمات التعليم التجاري، وبهذا أصبح التعليم صناعة إبداعية بحاجة إلى خبرة إبداعية.

٩- وضع آلية لتقييم أداء الاستاذ وملائمة محاضراته مع عناوين المقررات، وليس مغاليا القول أن الأستاذ في الدروس النظرية مطلق الصلاحية ليعطي مايشاء وكيفما يشاء ويحاسب ويقيم وفق معايير يضعها هو[1].

اربعة عشر: العلاقة بين المعلومات والمعرفة والاتصال

"تتكون المعرفة* **Knowledge** "من البيانات **Data** والمعلومات **Information** والإرشادات والأفكار، أو مجمل البنى الرمزية التي يمتلكها المجتمع في سياق دلالي وتاريخي محدد، وفي مجالات النشاط الإنساني كافة[2].

وقد تكون المعرفة صريحة مدونة أو ضمنية في موجهات السلوك البشري التلقائية، ولا يقتصر إنتاج المعرفة على الأشكال التقليدية للعلم بل تنتج المعرفة

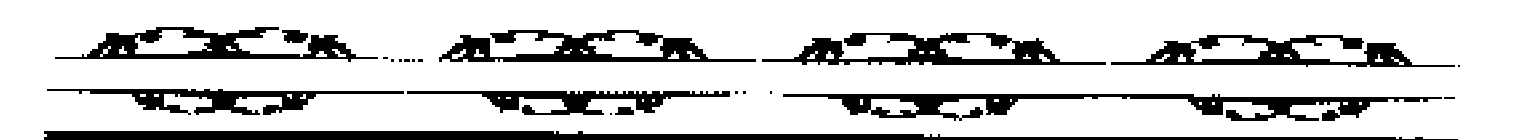
---

(١) التقرير العربي الاول للتنمية الثقافية، مصدر سبق ذكره، ص١٤٤.

* **المعرفة:** هي حصيلة الامتزاج بين المعلومات والخبرة والمدركات الحسية والقدرة على الحكم على الأشياء وصولا إلى النتائج والقرارات، أو استخلاصا لمفاهيم جديدة أو ترسيخا لمفاهيم سابقة. **والبيانات:** هي المادة الأولية، هي المعطيات التي تستخلص منها المعلومات. مثل، بنود البطاقة الشخصية، وقراءات أجهزة الاستقبال، وما ندركه مباشرة بحواسنا، هي حركة العين، وإيماءة الرأس، وتغير ملامح الوجه وإشارات اليد... الخ. **والمعلومات:** هي ناتج معالجة البيانات، تحليلا أو تركيبا، لاستخلاص ما تتضمنه هذه البيانات، أو تشير إليه، من مؤشرات وعلاقات ومقارنات وموازنات، وتطبيق عمليات حسابية. يتضمن تحويل البيانات إلى معلومات عمليات معالجة من قبيل التقييم والتحليل.

نقلاً عن: د.نبيل علي وآخرون، ((العرب والعولمة... مصدر سبق ذكره))، ص١٠٧.

(٢) تقرير التنمية ٢٠٠٢م، ص٣٦.



صنوف التعبير الفني والأدبي، وأيضا لتلبية الحاجات الاجتماعية للتعليم والاستعمال في صنع القرار وتوليد الثروة على نحو مستداما[1].

ويتطلب تحويل المعلومة إلى معرفة عملا فكريا، لان المعلومة من حيث طبيعتها ليس إلا المادة الأولية للمعرفة. وتتحول المعرفة ذاتها إلى معلومة قابلة للمعالجة ولإنتاج معارف جديدة، وهنا يكمن الإبداع. ونقص اكتساب المعرفة يعيق بناء التنمية الإنسانية في الوطن العربي، وتعد القدرة على إنتاج المعرفة في نظر مؤسسة اقتصادية دولية كالبنك الدولي، المحدد الرئيسي لمقدرات الدول في العالم الآن[2].

وتنشأ صناعات مختلفة، من المعلومات ثم الأفكار على التوالي. وتعرف المعلومات: بأنها **"البيانات أو المادة الخام التي تجمع من الأرقام، والأصوات، والصور والإحداث المرتبطة بالعالم الواقعي، ومعالجتها يدويا أو حاسوبيا أو بالحالتين معا، لخلق قيمة ومستوى عالي من الدقة"**. إما المعرفة: فهي **"مزيج من الأفكار، والإجراءات، التي تهدي الأفعال والقرارات"**[3].

ونتيجة التغيرات التي طرأت على أنماط الاقتصاد الدولية، ظهرت الصناعات الإبداعية في مجال الثقافة والاتصال. وتقترح الصناعات الإبداعية مبادئ تنظيمية جديدة تتماشى مع عالم معاد تنظيمه، وتكمن فرصتها في فضاءات غير مألوفة ومفتوحة: المعرفة، والأفكار، والعلاقات، في المجتمعات المحلية والعالمية على حد سواء. وتظهر السياسات الساعية إلى توسيع الإبداع كآلية للمجتمع للتقدم[4].

وتدعم وسائل الاتصال الجهود الإبداعية للفنانين، والنشطاء، والمفكرين. **"ويستمد منتجو الصناعات الإبداعية محتواهم من المجتمع نفسه، إذ يجري تمثيل ثقافي متكامل لجوانب الحياة جميعها. فيسمح للناس بالمشاركة في تقرير خطابهم**

(١) اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، ((منهجية ادارة المعرفة))، نيويورك، الامم المتحدة، ٢٠٠٤م، ص٢.

(٢) تقرير التنمية الانسانية العربية، ٢٠٠٣م، ص٣٥ص٤٩.

(٣) سعد غالب ياسين وآخرون، ((العرب...الى اين؟))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٢م، ص١٠٨ص١٠٩.

(٤) جون هارتلي، ((مصدر سبق ذكره))، ج١، ص٦٠ .

ومناقشة الوضع السياسي ودور التقنيات وأزمة التمية والتعبير عن أنفسهم محلياً وعالمياً، أي اقتناص الفرص في الوصول إلى حلول تزدهر فيها مبادرات المجتمع المدني من: حركات اجتماعية، مجموعات من الفنانين، محطات إذاعة وتلفزيون مستقلة، مجموعات عرقية، مستمعو ومشاهدو الإذاعة والتلفزيون. ويمكن إن تختار تنمية ثقافية ديمقراطية وتقدم هويات متعددة، لتعددية الفاعلين. وتعدّ الصناعات الإبداعية سياسة ترغب في تحويل نقاد اجتماعيين غاضبين إلى فنانين تجاريين ناجحين، أي اتصال بديل[1].

"ويفسح التصنيف الواسع لأشكال ومضامين العملية المعرفية في الصناعات الإبداعية مجالاً لدور كل من الاتصال والثقافة في عملية البناء المعرفي وتنمية المجتمع. وتحتاج كل من وسائل الاتصال والثقافة لكي تؤدي وظائفها التوصيلية والتأصيلية للمعارف الجديدة القادمة وتأطيرها وتجذيرها في المجتمع ليس كسلع فقط وإنما كمنظومة قيم وتكوينات معرفية وثقافية، تتحول مع الزمن إلى مرتكزات راسخة لإنتاج المعرفة، تنمية وسائطها المقروءة والمسموعة والمرئية، والتي تمكنها من أداء أدوارها على نحو فاعل، يتناسب مع حركة التغير التكنولوجي التي طرأت على القطاعات المجتمعية"[2].

ويمكن لقطاع الثقافة أن يستثمر التقنيات الحديثة للاتصال والبث الفضائي والإنترنت في تطوير الإنتاج المعرفي "مضمون البرامج" في قنواته الثقافية المختلفة كالإذاعة والتلفزيون والصحف والمجلات والكتب والمسارح والمتاحف وفي إعادة إنتاج وتوظيف التراث أو الفنون الشعبية بما يسهم في الارتقاء بالوعي وخلق عائد اقتصادي. وفي هذا الشأن يقول المفكر الكبير ادوارد سعيد منظر ثقافة العصر: "لا نريد المعرفة كمنتج أو سلعة، ولا نريدها كعملية إصلاح تعني مكتبات اكبر أو عددا اكبر من الحواسيب فقط. المعرفة التي نريد تختلف نوعيا، وتقوم على الفهم

---

(١) جون هارتلي، ((مصدر سبق ذكره))، صفحات متفرقة، ص٦٠ص٦٢ص٧٠ص٧٢.

(٢) د.ناصر الذبحاني، ((مؤشرات الواقع المعرفي الاعلامي والثقافي))، صنعاء، ٢٠٠٧م، ص١٢.

عوضا عن السلطة والتكرار غير الناقد أو الإنتاج الآلي. وليست المعرفة مجرد الحقائق ولكن كيف ترتبط الحقائق بحقائق أخرى، وكيف يمكن للمرء إن يحكم على العلاقة بين الحقيقة والمصالح وكيف يمكن فهم الواقع كتاريخ؟ هذه هي بعض القضايا الجوهرية التي تواجه العرب، والتي يمكن إيجازها في السؤال: كيف نفكر؟ فالزمن الراهن هو ساحة المعركة والمعرفة هي سلاحنا[1].

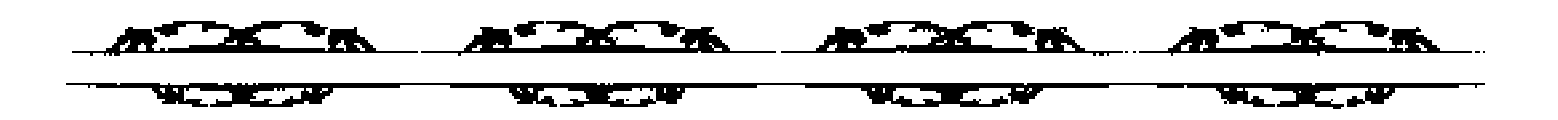
ولقد عجزنا في الماضي عن استغلال المعارف الكامنة في الوثائق ولم نستغل من هذا الحصاد المعرفي إلا اقل القليل، وربما يكون الفارق الأساس بين معرفة الماضي بصورتها المطبوعة والمعرفة في صورتها الالكترونية هو في تميز الأخيرة بعنصر التفاعل بين المستخدم ومصدر المعرفة، على عكس هدف وسائل الاتصال التقليدية نشر المعرفة فقط. وتطوير تقنيات الأداء الاتصالي والثقافي في الشكل والمضمون سوف يسهم في تفعيل دورهما ومحاولة الرفع من المستوى الفكري والجمالي لأفراد المجتمع، وحفز الوعي والإبداع لتحقيق أهداف التنمية الإنسانية[2].

ولا يتوقف نفع المعرفة على مضمونها، وإنما مدى إسهام هذا المضمون في إيجاد حلول لقضايا يجري الاهتمام بها في مجتمع معين وفي وقت معين. ويعني تأسيس مجتمع المعرفة، بحسب ما جاء في التقرير العربي الثاني ٢٠٠٣م " **العمل على نشر المعرفة وإنتاجها وتوظيفها بكفاءة في مجالات النشاط المجتمعي جميعها: الاقتصاد والإعلام والسياسة والحياة الخاصة، وصولاً إلى ترقية الحالة الإنسانية باطراد**[3].

(١) ادوارد سعيد، محاضرة بعنوان((الذاكرة، عدم المساواة والسلطة: فلسطين وعالمية حقوق الانسان))، القاهرة، الجامعة الامريكية، آذار ٢٠٠٢م. نقلا عن: تقرير التنمية الانسانية العربية.

(٢) ابراهيم غرايبة، ((هل يتغير العالم العربي ومؤسساته وسياساته)).
http://www.aljazeera.net/NR/exeres/FC632F81

(٣) تقرير التنمية الانسانية، ٢٠٠٣م، ص٣٩ ص٤٠.



خمسة عشر: منظومة اكتساب المعرفة في الوطن العربي

تعكس منظومة اكتساب المعرفة في مجتمع ما خصوصياته التاريخية والثقافية. وتتجاذب النموذج المعرفي في الوطن العربي اتجاهات عدة ترتبط كل منها بعوامل ودوافع اجتماعية وسياسية وإيديولوجية*، ولا تعكس هذه الاتجاهات قصورا في العقل العربي بقدر ما تعكس سمة اجتماعية سياسية بالغة الأثر على العلم والثقافة، وتسببت في دخول "الهم السياسي" على العمل الفكري الثقافي وعلى تلقيه[1].

"وإن أولى العمليتين المجتمعيتين "لمنظومة إنتاج ونشر المعرفة" في البلدان العربية هما التعليم، والاتصال الجماهيري. ويعدان فرضان أساسيان في قياس المعرفة والإبداع. وعلى الرغم من عدّ الاتصال من آليات نشر المعرفة إلا أنه لا يزال يعاني من القصور مما يجعله دون المستوى المطلوب في بناء مجتمع المعرفة. فتتسم الصحافة العربية بالتقييد الشديد وانعدام الحرية في التعبير عن الرأي فهي تخضع للتهديد والإغلاق ولا يزال العديد منها مملوكاً للدولة. وبالطبع لا نتجاهل الصحوة في مجال الاتصال الجماهيري في السنوات الأخيرة، بظهور الفضائيات مما يبشر بالحرية في مجال الاتصال والمنافسة[2]".

"وتلتقي وسائل الاتصال الجماهيري من حيث الهدف بالتعليم، فكلاهما يرمي إلى إحداث تغير في سلوك المتلقي، وتتم عن طريق عمليات التفاعل بين جهتين مرسل متلق في حالة الاتصال، معلم متعلم في حالة التعلم. وينظر إلى التعلم نفسه على أنه شكل من أشكال الاتصال، أو أنه عملية اتصالية[3]".

---

* اتجاهات اسلامية متشددة، واسلامية اصلاحية، وتقدمية تنموية، وماركسية، وليبرالية، وتقانية، الى غير ذلك من الاتجاهات المتطورة في الانتاج الفكري العربي في المجالات المختلفة.

(١) تقرير التنمية الانسانية، ٢٠٠٢م ، ص١٤ص٤٥.

(٢) د.إسماعيل ملحم،((التجربة الإبداعية في سيكولوجية الاتصال والإبداع))، دمشق،منشورات اتحاد الكتاب العرب،٢٠٠٣م، ص٧٧.

(٣)د.إسماعيل ملحم،((التجربة الإبداعية... مصدر سبق ذكره))، ص١٢.

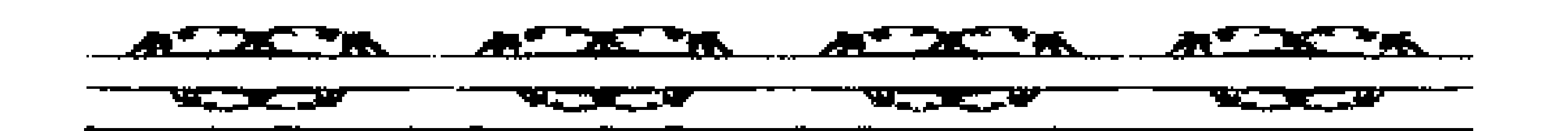
وأصبح مصير الشعوب رهنا بنتاج العقول والقدرة على مواجهة القوى الحاكمة: السياسية والاقتصادية، وإن كانت حكمة الماضي أن المعرفة قوة، فقد أثبتت حقائق الحاضر أن القوة أيضا معرفة، فالقوة قادرة على توليد معرفة تخدم غاياتها، وتبرر ممارساتها في إحكام قبضتها على المصادر والمصائر، ويتجسد الخطر لكون المعرفة قوة، ولم يعدّ هاجسا يثير القلق، بل واقعا يهدد مصير امتنا التي تزخر بالصراع. "وقد خلصت دراسة لليونسكو، بوجود فرق كبير بين خيالنا السياسي والخيال العلمي، ولم يصب الخمول فكرنا السياسي دون سواه، فالاجتماعي عاجزا عن فهم طبيعة مجتمع المعرفة، والاقتصادي مازال يسعى لمد نموذج اقتصاد عصر الصناعة ليشمل الاقتصاد الجديد، ومازال التربوي غير قادر على استيعاب ما تعنيه نقلة التعلم عن بعد، ومدى الحياة"[1].

إذ يرزح العقل العربي تحت التبعية بجميع صنوفها "فكرية وعلمية وتعليمية وإعلامية وإبداعية وتكنولوجية"، ووافق العقل العربي أن يحيل حل مشاكله إلى غيره، فأوكل مشاريع تنميته لمقاولي الخارج تسلم له جاهزة، وأوكل نصوصه المحورية إلى المستشرقين ترد له جاهزة، مبوبة، ممزوجة بأهوائهم وأفكارهم عن تاريخنا وتراثنا، وأوكل تعريب نظم معلوماته إلى الشركات المتعددة الجنسية لتزداد اتساعا يوما بعد يوم الفجوة الرقمية، وعجز عن مواجهة واقعه، وانعزلت نخبته عن عامته تاركة إياها للقوى الرمزية "الشركات الإعلامية العالمية" المتجهة إليه من الخارج والداخل على حد سواء، وهكذا بات الجمهور العربي ضحية التضليل الإعلامي. ينحاز إلى الثابت على حساب المتغير، والسائد على حساب المتجدد، يلح على الإجماع، ويرفض الاختلاف والتعدد. خلاصة القول: "إن العقل العربي في غالبيته إما أنه صنيعة سلفه، أو صنيعة غيره"[2].

---

(١)www.unesco.org/DGmessagechildrenARB.pdf.URL

(٢)http://www.jehat.com/Jehaat/ar/AljehaAhkhamesa/nabeel_ali.htm



خمسة عشر: رؤية إستراتيجية لإقامة مجتمع المعرفة في الوطن العربي

وضع تقرير التنمية الإنسانية للدول العربية ٢٠٠٢م هذه الرؤية في أركان اربعة[1]:

١- إطلاق حريات الرأي والتعبير والتنظيم، وضمانها بالحكم الصالح. وهي المفتاح لأبواب الإبداع، ولحيوية البحث العلمي والتطوير التقاني والتعبير الفني والأدبي.

٢- النشر الكامل لتعليم راقي النوعية، مع ايلاء عناية لاسيما للتعليم المستمر مدى الحياة.

٣- توطين العلم وبناء قدرة ذاتية في البحث في النشاطات المجتمعية، ولاسيما الإعلام، ويمكن إن تكون اللغة العربية عنصرا قويا في **"كتلة إعلامية عربية"** تتنافس بصورة فعالة.

٤- التحول نحو نمط إنتاج المعرفة في البنية الاجتماعية والاقتصادية.

وبعد خمس سنوات من صدور تقرير التنمية الإنسانية العربية، عقد "مركز دراسات سياسة الشرق الاوسط"، حلقة نقاشية حول احد تقاريرها المعنون **"الألفية الجديدة للمعرفة"، "تقارير التنمية البشرية العربية لبناء مجتمع المعرفة٢٠٠٣م- ٢٠٠٨م، خمس سنوات مضت"***. وقد ركز على إخفاقات العالم العربي التي تمثلت في ثلاثة نواقص هي: تراجع الحكم الصالح القائم على الحرية وحقوق الإنسان، عدم تمكين المرأة العربية، وتراجع المعرفة عربيا. والأخيرة **محور التقرير الثاني** للتنمية الإنسانية العربية لعام ٢٠٠٣م، والمعنون **"نحو إقامة مجتمع المعرفة"**، وتناول تقرير الألفية الجديدة للمعرفة، ما اتخذه العرب من

---

(١) تقرير التنمية الإنسانية العربية، ((مصدر سبق ذكره))، من ص١١ إلى ص١٢.

* "A New Millennium of Knowledge ? The Arab Human Development Report on Building a Knowledge Society . Five Years on " 2005.



إجراءات لتحقيق مجتمع المعرفة، وركز على خمسة مجالات مهمة: الحكومة*، والتعليم، والإعلام، والعلوم والتكنولوجيا، والإبداع كقاعدة للصناعة وثقافة المعرفة.

وبدلا من المزيد من التطور، بعد سنوات خمس تزايدت الأنظمة السلطوية، والسيطرة على جماعات المعارضة، والرقابة على وسائل الاتصال، ويصعب الوقوف على دور القانون بالمنطقة، لسعي العديد من الأنظمة إلى إعادة كتابة قوانينها بدلا من إحداث تغيرات فيها. وتعرضت القنوات الفضائية للرقابة في ظل قانون جديد صاغته الحكومات بمسمى "وثيقة الإعلام الجديدة"، وقد مرر بواسطة جامعة الدول العربية(1).

---

* ورصد تقرير عام ٢٠٠٢م إن تحسين الحكومة والحكم الرشيد يقوم على أسس عدة منها: انتخابات نزيهة، المساءلة والمحاسبية، وتعزيز حكم القانون، وحريات التعبير والمعارضة والتجمع. وفي الوقت الذي طورت فيه سبع دول من الانتخابات والمحاسبية والمساءلة وهي"الجزائر، البحرين، العراق، قطر، المملكة العربية السعودية، سوريا". أخفقت دول عدة في المنطقة في تحقيقها وهي"الأردن، ليبيا، المغرب، والإمارات العربية المتحدة" وترتبط تلك الدول بعلاقات قوية مع أمريكا. ورصد تقرير عام ٢٠٠٢م إن تحسين الحكومة والحكم الرشيد يقوم على أسس عدة منها: انتخابات نزيهة، المساءلة والمحاسبية، وتعزيز حكم القانون، وحريات التعبير والمعارضة والتجمع. وفي الوقت الذي طورت فيه سبع دول من الانتخابات والمحاسبية والمساءلة وهي"الجزائر، البحرين، العراق، قطر، المملكة العربية السعودية، سوريا". أخفقت دول عدة في المنطقة في تحقيقها وهي"الأردن، ليبيا، المغرب، والإمارات العربية المتحدة" وترتبط تلك الدول بعلاقات قوية مع أمريكا.

(1) كاثلين مايلز – واشنطن بوست،((الألفية الجديدة لمعرفة التنمية العربية))، ترجمة جريدة الصباح، الخميس ٢٠٠٨/٧/٣م، ع ١١٨٠.



المبحث الثاني

مفهوم الصناعات الإبداعية أو الثقافية

أولا: تطور مفهوم الصناعات الإبداعية Creative Industries

"لا تعدّ فكرة "الصناعات الإبداعية"، على المستوى الآني والبعيد، نتاجاً للصناعة بل للتاريخ، فعلى المدى الطويل، تطور مفهوم الصناعات الإبداعية عن مفاهيم سابقة "الفنون الإبداعية"، و"الصناعات الثقافية" وتعود إلى القرن الثامن عشر، واعتنقها أشخاص مثل ايرل شافتسبري وكان منظرا للتصوير والنحت بعدّهما فنونا نبيلة، تليق بأبناء الطبقة العليا. ووضع إيديولوجية فكرية للفن، تربط بينه وبين جماعة قادرة على فهمه وتقديره، ودمجه مع الحكومة[1]. وطوال القرن التاسع عشر "ازداد تسليع قيم المجالين السياسي والثقافي وإدراجها في المجال الاقتصادي، بمظهري "سلطة المستهلك وحقوقه: الاقتراع، حق الملكية[2]".

ووضع مفهوم "الصناعات الثقافية"، عالما الاجتماع الألمانيان ثيودور ادورنو وماكس هوركايمر مؤسسي "معهد البحث الاجتماعي" التابع "لجامعة فرانكفورت" في ثلاثينيات القرن العشرين[3].

وتم طرحه لأول مرة في كتابهما "ديلتيكية المنطق" ١٩٤٧م، ويفسر الظرف التاريخي هذا الطابع النقدي للمفهوم، فصدوره بعد هجرة مؤلفيه إلى الولايات المتحدة هربا من ألمانيا النازية، بسبب نقد الممارسة السياسية لحزب العمل،

---

(١) جون هارتلي وآخرون، ((الصناعات الإبداعية- كيف تنتج الثقافة....))، ج١، ص١٢ص١٤ .

(٢) جيرمي ريفكن، ((عصر الفرص- الثقافة الجديدة للرأسمالية))، ترجمة مركز الإمارات للدراسات الإستراتيجية، ٢٠٠٣م، ص١٩٠.

(٣) المصدر السابق نفسه، ص١٨٨ .



واصطدامهما بالواقع الثقافي الأمريكي. وعرفا الصناعة الثقافية: بأنها "سقوط الثقافة إلى مستوى السلعة وسيطرة رأس المال عليها، وتتكون من تزاوج بين أربعة عناصر: التكنولوجيا، والاقتصاد، والسلطة، والثقافة[1]".

وقدما ادورنو وهوركهايمر أيضاً، "دراسة نقدية للإنتاج الصناعي للمواد الثقافية بعدّها ظاهرة تهدف تحويل الإنتاج الثقافي إلى سلع". وتتخذ المنتجات الثقافية، العقلانية التقنية، والصيغ التنظيمية نفسها المتبعة في الإنتاج الصناعي للسيارات. وعلى حد قولهما: "لقد تم الإعداد لكل شيء مسبقا، ليجد كل فرد ما يناسبه، إذ لا يستطيع احد الفكاك. فتوصل الصناعات الثقافية بضائعها المتماثلة إلى أي مكان، ملبية حاجات متنوعة، ومعتمدة على معايير إنتاجية موحدة في إشباع الطلبات. وتتسم الصناعات الثقافية بالسمات التالية: "إنتاج غزير، وتماثل معياري، وتقسيم عمل". وليست هذه الوضعية نتيجة قانون، بل مردها إلى وظيفة التكنولوجيا في الاقتصاد الحالي، وإن العقلانية التقنية، هي عقلانية السيطرة ذاتها، فالميدان الذي تتمتع فيه التقنية بسلطة كبيرة على المجتمع، هو ميدان أولئك الذين يسيطرون عليها اقتصاديا[2]".

وظهرت كتابات والتر بنجامين احد أعضاء مدرسة فرانكفورت في الوقت نفسه، بعنوان "العمل الفني في عصر إعادة الإنتاج التقني". وأوضح فيها المبدأ المتحكم في إعادة الإنتاج، وبين "إن السينما بما أنها فن لا يمكن إن تقوم إلا بالاعتماد على مبدأ إعادة الإنتاج، لا الإنتاج لمرة واحدة"، وعادت كتابات بنجامين

---

(١) Adorno, Theodor W. et Max Horkheimer. La Dialectique de la raison: Fragments Philosophiques. Paris: Gallimard, 1974.

نقلا عن: د.سمير إبراهيم حسن، ((الثقافة والمجتمع))، دمشق، دار الفكر، ٢٠٠٧م، ص٧٦.

(٢) Theodor Adorno et Max Horkheimer,<<La Prodution industrielle des biens culturels,>> dans: La Dialectique de la raison: Fragments Philosophiques. Paris: Gallimard, 1974.

نقلا عن: أرمان وميشال ماتلار،((تاريخ نظريات الاتصال))، ترجمة: د.نصر الدين لعياضي، د.الصادق رابح، بيروت، المنظمة العربية للترجمة، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٥م، ص٨٩ ص٩٠.



إلى الساحة الفكرية في الثمانينيات، في عمله الموسوعي غير المكتمل "كتاب المسالك باريس، عاصمة القرن التاسع عشر" "المدينة الإبداعية"، وكتب عنها أشياء ذات دلالات، مثل قاعات العرض وواجهاتها الأنيقة، التي تسمح باستعراض الإشكال المادية للثقافة الصناعية مثل الفن المعماري"[1].

وأطلق دانيال بال، و قبل نهاية العقد الأخير من الستينيات، مفهوم "المجتمع ما بعد الصناعي" للتدليل على ميلاد مجتمع جديد مؤسس على التكنولوجيا والاتصال، "بعدّهما المادة الأولية للمستقبل"[2].

و تساءل فريق البحث بقيادة الأكاديمي برنار مياج عام ١٩٧٨م في الكتاب المعنون "الرأسمالية والصناعات الثقافية"، "عن طبيعة السلعة الثقافية، وما هي المشاكل الخاصة التي تواجهها الرأسمالية لإنتاج القيم انطلاقاً من الفن والثقافة؟ أجاب أنه لا توجد مشاكل، "لأنها مجموعة من المكونات تتشكل من العناصر التي تتباين بشدة، وتملك قوانينها الخاصة بمعيارية الإنتاج، وآليات في تنظيم العمل، وخصوصية المنتجات ذاتها، وفي محتوياتها مثل، الإعلام، والمعطيات المختلفة المخزنة في بنوك المعلومات، إعلام المعرفة، وتعليم المهارات، وبراءات الاختراع، والاستشارات، وغيرها"". وتبنى الوزراء الأوروبيون المسئولون عن الشؤون الثقافية في العام نفسه مفهوم "الصناعات الثقافية" في اجتماعهم المنعقد في أثينا"[3].

وكتب الباحث الكندي دالاس سميث في العام نفسه أيضاً مقالا استفزازيا عن عجز البحوث الأوروبية النقدية عن "رؤية المنطق الاقتصادي للتلفزيون، وسلبيات النظريات التي لا ترى في التلفزيون إلا فضاء لإنتاج الاستراتيجيات الإيديولوجية.

---

(١) المصدر السابق نفسه، ص٩١ص٩٢.

(٢) Bell, Daniel. The Coming of Post- industrial Society: A Venture in Social Forecasting. New York: Basic Books, [1973]. نقلا عن: المصدر السابق نفسه، ص٩٧ .

(٣) Miege, Bernard. La Societe conquise par la communication Grenoble: Presses universitaires de Grenoble, [1996]. 2 vol.

نقلا عن: المصدر السابق نفسه، ص١٣٦ .



وطرح الفكرة المعاكسة التي مفادها إن التلفزيون، مهما كان السياق الذي يوجد فيه، هو منتج جمهور المشاهدين، ويتم بيعه للمعلنين، وتحتل هذه العملية في الرأسمالية المعاصرة الشكل التجاري لمنتجات الاتصال". ورد الباحث البريطاني غارنهام "إن موقفهم يتجاهل تماماً البعدين الأساسين السياسي والثقافي للتلفزيون، ويملكان الأهمية ذاتها التي يملكها المنطق الاقتصادي"، وتضمن النقاش مواجهة بين نمطين من المؤسسات الاتصالية: النمط التجاري، ونمط الخدمة العمومية"(1).

وظهرت فكرة الصناعات الإبداعية، لاسيما في التسعينيات من القرن العشرين، وبداية استيعاب إشكال الإعلام التفاعلي. وتم تداول مفهوم "الصناعات الإبداعية" في بداية الألفية الثالثة، مستغلا عدم وضوح الحدود بين مفهومي "الفنون الإبداعية" و"الصناعات الثقافية". وكان، في جانب منه، ضربا من "مقرطة الثقافة في إطار التجارة" "الاقتراب او المساواة"، وحددها حديثا "إعلان لمجموعة Accenture لاستشارات الإعمال في ٢٠٠١م كقطاع استثماري، ووضع المفهوم من قبل صانعي السياسة في أعلى مستوياتها "توني بلير"، واستمد من المشهد السياسي والثقافي والتكنولوجي الحديث للعالم". وركز على حقيقتين: "١- لا يزال الإبداع هو جوهر الثقافة، ٢- لكن طريقة إنتاج الإبداع وتوزيعه واستهلاكه والاستمتاع به كانت تختلف في مجتمعات ما بعد الصناعة كل الاختلاف عنها في عهد ايرل شافتسبري"(2).

وطورت الصناعات الإبداعية المدن التي ابتعدت عن الصناعات الثقيلة وعملت على ترويج قطاع الفنون الشعبية، وأصبحت السيادة لشركات الإنتاج الإعلامي والتكنولوجي* فالثروة من المعلومات، لا من التصنيع(3).

---

(1) Nicholas Garnham,((Contribution to a Political Economy of Mass Communication)), Media ,Culture and Society,Vol.1,no.2(1979).

نقلا عن: أرمان وميشال ماتلار، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٢٩.

(2) د.جون هارتلي وآخرون، ((الصناعات الإبداعية، مصدر سبق ذكره))، ص٢٨.

* مثل شركة ميكروسوفت، وأصبح بيل غيتس أغنى شخص في العالم، ولا يعود الثراء إلى تصنيع الحاسوب وإنما أنظمة وبرامج التشغيل، اسماه الأميركيون بيل، اسمه الحقيقي "وليم غيتس" تدليلا على قدراته وسلطاته التي تفوق بكثير في لاوعيهم سلطات المال والمعروف إن الأميركيين يطلقون على الورقة الخضراء الدولار تحببا اسم بيل.

(3) المصدر السابق نفسه، ص٣١.



ثانيا: جغرافية الصناعات الإبداعية

تتنوع "الصناعات الإبداعية" جغرافيا، وفق التراث والأوضاع المحلية. "فيحرك الإبداع "المستهلك" السوق في الولايات المتحدة الأمريكية وثروتها المتنامية محصلة تحويل الإبداع للثقافة إلى سوق ضخم "الأمركة"، ويربط النشطاء بين الاستعمار والسوق، عدّين التوسع الدولي لنمط الاستهلاك الثقافي الأمريكي تهديدا عالميا للحرية والديموقراطية[1]. ومن أسباب هذا النفوذ الثقافي الواسع:

١- سيطرة الاقتصاد الأمريكي بوصفه سوقا مستوردة ومصدرة، فضلا عن هيمنة شركات الإعلان الأمريكية على التسويق العالمي، وللإعلان* والتسويق دور أساس في قولبة الأذواق في العالم الرأسمالي الحالي، وفي توجيه الأذواق عالميا وفي "قولبة الرموز الثقافية الناشئة[2]".

٢- تفوق الولايات المتحدة في المجال الثقافي، ولاسيما في صناعة "الأفلام والموسيقى والبرامج التفاعلية". فقد سبق إن نمتا تلبية لحاجة سوق داخلية ضخمة، ثم تبين لمسوقي الأفلام والموسيقى والبرامج "إن لهذه المنتجات سوقا خارجية لا تقل أهمية عن السوق الداخلية، فراحوا يسوقونها عالميا"، وتزامن ذلك مع انتشار التلفزيون في إنحاء العالم المختلفة. وقد تمكنت من استغلال قوتها في الإنتاج الفني التلفزيوني وفي الصناعة الترفيهية وشركات الأقمار الصناعية، فدخلت كل بيت، وأثرت في كل فرد[3].

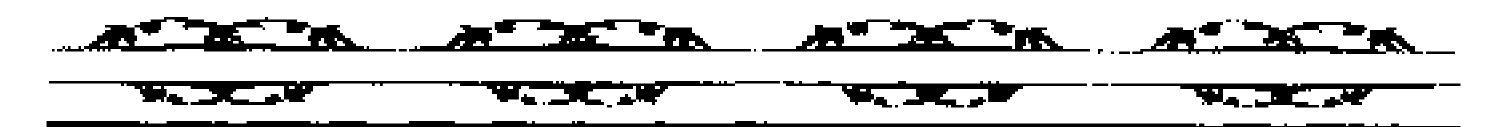
---

(١) المصدر السابق نفسه، ص٢٠.

* بدأت النخبة الإعلامية العاملة في مجال الإعلان الأمريكي تنحو منحى الغرور والاستهتار بثقافات أخرى، وابرز مثال، الإعلان الذي يعرض على شاشة تلفزيون موسكو ويظهر فيه غورباتشوف الى جانب مطعم في سلسلة المطاعم الأمريكية المشهورة "بيتزا هت"وعبارة "بسببك او بفضلك إنا هنا في موسكو". وهو إعلان دفعت فيه شركة "بيتزا هت" للزعيم الروسي الذي هو آخر حاكم للاتحاد السوفيتي، وآخر شيوعي يحكم روسيا، مبلغ مليون دولار.

(٢) بول سالم وآخرون، ((العرب والعولمة، مصدر سبق ذكره))، ص٢٢٠.

(٣) بول سالم وآخرون، ((العرب والعولمة، مصدر سبق ذكره))، ص٢٢٠.



٣- **"لا تعكس الصادرات الثقافية الأمريكية إلا المستوى المتدني من الأنشطة الثقافية"**. فخلافا لأوروبا الغربية أدركت الولايات المتحدة إن الثقافة الرفيعة سوقها محدود، "فتركت الأمر إلى هوليوود والى وكالات الإعلان في نيويورك لتقرر ما هي المنتجات الثقافية الأكثر قابلية للتسويق في العالم، ومع العلم إن في الولايات المتحدة شعراء وروائيين وفلاسفة ومخرجين سينمائيين من أعلى المستويات، فقد تبين لها إن رامبو ومادونا وأوبرا لهم أفضلية اقتصادية*، على الرغم من إن النخبة الثقافية موجودة، وتلاقي دعما مقبولا من الحكومة الأمريكية، ولكنها نخبة محصورة في الدوائر الفكرية"[1].

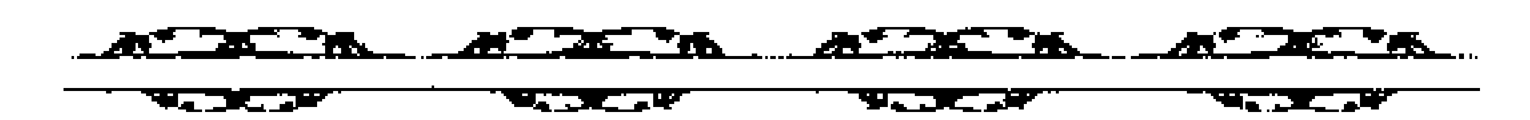
٤- يبدو إن الثقافة الأمريكية قابلة للتسويق العالمي أكثر من بعض الثقافات الأخرى لأسباب محددة، منها[2]:

- تعدّ الولايات المتحدة بلد المهاجرين، وهي بالتالي **"مكونة من مزيج عالمي من المجموعات العرقية والاثنية والدينية والثقافية"**، كما انه ليس لها هوية تاريخية أو حضارية عميقة الجذور، فتستطيع الولايات المتحدة لهذه الأسباب إن تسوق عالميا بسهولة. بمعنى آخر من حيث العرق أو الاثنية أو الدين، يستطيع أي شخص في العالم إن يخال نفسه أمريكيا، ويعني هذا، من ناحية التسويق، انه يمكن استعمال الثقافة الأمريكية علامة للمنتجين والمسوقين العالميين للتعريف بمنتجاتهم في العالم.
- لما كانت بلد مهاجرين، فمجتمعها منفتح نسبيا، وثقافتها إذا ما قوبلت بكبار منافسيها في العالم. فقد استطاعت الاستمرار باجتذابها مواطنين جدد، فاستفاد المجتمع منهم والاقتصاد والنظام السياسي، وارتقى بعضهم إلى مراكز سياسية.
- ثمة صلة مهمة بين "العصرنة" و"الأمركة"، "فالعصرنة" التي عشناها في التسعينيات في عالم الرأسمالية والثقافة الاستهلاكية وعالم الإعلان ودنيا المادة

---

(١) بول سالم وآخرون، ((العرب والعولمة ... مصدر سبق ذكره))، ص٢٢١.

(٢) المصدر السابق نفسه.



وتغيير الأزياء والعولمة والأسواق الواسعة، هي شبيهة بأمريكا مأخوذة على مقاس واسع. وبغض النظر عن الأسباب التي جعلت "عصرنة" اليوم تتخذ المنهج ذاته في العالم[1]*.

- "استطاعت الولايات المتحدة، نظرا إلى مستوى المعيشة المرتفع فيها وإلى سعة أسواقها إن تطور في الخمسينيات والستينيات صناعة ثقافية واسعة موجهة إلى الشباب والإحداث الأمريكيين، ذلك إن لدى الشباب والإحداث في الولايات المتحدة مدخولا مهما، نظرا إلى غياب حاجات اقتصادية ملحة عندهم "إعالة اسر ومنازل"، فهم بالتالي مستهلكون مثاليون لتسويق المنتجات الثقافية". فقامت في أمريكا صناعة ثقافية مختصة بالشباب "أهمها السينما والتلفزيون والموسيقى" لتغطية هذه السوق الواسعة والمربحة. "فوجدت الولايات المتحدة نفسها على أنها القوة الاقتصادية الرئيسة التي تتوافر لديها صناعة ثقافية للشباب قادرة على التصدير الفوري، وسيكون تأثيرها في ثقافة الشباب له اثر مستقبلي قوي، إذ إن شباب اليوم هم نخب المستقبل، ووصول أمريكا إليهم يعطيها أفضلية في التأثير فيهم عندما يصبحون متنفذين في مجتمعاتهم واقتصادياتهم[2]".
- لئن كان الحجم الأكبر من الصادرات الثقافية الأمريكية من نوعية متدنية، وللثقافة الراقية مكانة مهيمنة أيضا في مجال التعليم العالي في الجامعات الأمريكية وعلى نطاق عالمي أيضا، ويعني هيمنتها وانفتاحها إمام الطلاب الأجانب إن إعدادا متزايدة من النخب في العالم تتخرج في الجامعات الأمريكية، حاملة معها أساليب ثقافة وطرائق تفكير اقتبستها عبر سنوات

---

(١) بول سالم وآخرون، ((العرب والعولمة ... مصدر سبق ذكره))، ص٢٢٢.

* أي، هل أنها نتيجة قوة أمريكا وانتصارها على الاتحاد السوفيتي وغيره من منافسيها، أم أنها النتيجة الطبيعية للتطور الاقتصادي والاجتماعي ولنمو طبقة وسطى ذات عقلية استهلاكية.

(٢) بول سالم وآخرون، ((العرب والعولمة ... مصدر سبق ذكره))، ص٢٢٢.



الدراسة، ويعودون إلى بلدانهم، ويصبحون قادة، كل في اختصاصه، فإن قدرتهم واسعة على التأثير في مجتمعاتهم بحسب ما اكتسبوه.

وتستمد الصناعات الإبداعية في أوروبا من تقاليد الثقافة القومية والمواطنة في سياق تفاوض انتقالي يحكمه القانون، للحفاظ على الثقافات القومية وتشجيعها دون إغراقها. **"ولا تزال فكرة توظيف الصناعات الإبداعية خامدة نسبيا في البلدان النامية، رغم إدراجها ضمن خطط التنمية"**. ويقول جيبش باغشي*: **"غالبا ما تأتي قصة الاهتمام الإنساني في مجال الثقافة والفنون من العالم الثالث، بينما يجري تحويلها إلى منتج ثقافي في أوروبا وأمريكا، ومن ثم الخضوع الدائم لضغوط الحتمية التقنية"**[1].

ولن يشارك العرب في ثقافة العالم المعولم إلا بأشياء صغيرة، إما المشاركون بالجزء الأكبر من الثقافة فهم صناع التقنية وتحديدا الولايات المتحدة[2].

ويجب على الإعلام العربي **"الاهتمام بنشر الثقافة العربية، وليس فقط من منظور من يملك ومن لا يملك، فالإنسان لا يكتشف الثقافة وإنما يكشف عن أشياء وحقائق موجودة مسبقا"**، ويرتبط تطور المجتمعات بالتحولات على مستوى البنى المعرفية، وليس بالاكتشافات التقنية[3].

ثالثا: التحليل النقدي للصناعات الإبداعية

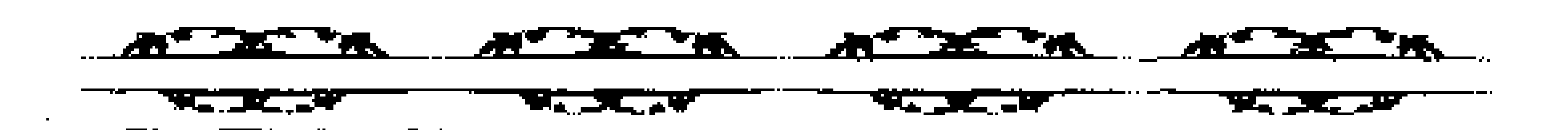
"لم تعدّ الفنون والثقافة كيانات مستقلة، بل كيان واحد. فينظر للصناعة الترفيهية، والصناعة الثقافية، وصناعة المحتوى، والصناعة الإبداعية، بعدّها

* جيبش باغشي: احد مؤسسي مركز سراي"الفضاء المغلق" في دلهي ،ويعد أول مركز وسائط الكترونية في جنوب أسيا وبديل غير تجاري لإعادة التقنين التخيلي للثقافة العامة وسراي هو برنامج لمركز دراسات المجتمعات النامية ومركز مستقل للأبحاث اسس في ١٩٦٤م، وتموله الهند ومجموعة من المانحين"في هولندا" ويرحب المركز بالأصوات المعارضة في جنوب أسيا ويشكك في أنماط التنمية الوافدة .

(١) جون هارتلي وآخرون، ((مصدر سبق ذكره))، ج١، ص١١٩ .

(٢) د.مدحت محفوظ، ((العرب ومستقبل الثقافات القومية... مصدر سبق ذكره))، ص١٦ .

(٣) د.عبد الرحمن عزي، ((دراسات في نظرية الاتصال... مصدر سبق ذكره))، ص٣٥ ص٣٦.



واحدا. وتشمل المصطلحات المجال السمعي البصري وفنون الأداء، وفن الإعلان وإنتاج البرمجيات الترفيهية وقد أصبحت الصناعات الإبداعية لاسيما في المملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية، قطاعا هاما من قطاعات النمو الاقتصادي، وأن العلاقات الاقتصادية الدولية كلها، تعامل القطاع الثقافي معاملتها لأي قطاع آخر من قطاعات الإنتاج الأخرى، إذ أن متطلبات منظمة التجارة العالمية، فيما يتعلق بتحرير الأسواق الوطنية هي التي ستحدد قواعد التعاملات في هذا المجال الذي كثيرا ما أهملته التدابير المختصة التي وضعتها كل دولة على حدة. وهذه النظرة إلى الفنون بعدّها آليات يرجع نجاحها في السوق أساساً إلى اعتمادها على المجال المتعلق بواقع الحياة والخيال والفكاهة، وهي أمور تلبي أقوى الاحتياجات الإنسانية، ألا وهي أحلام البشر وميولهم"[1].

وتجمع فكرة "الصناعات الإبداعية" بين مصطلحين: الفنون الإبداعية والصناعات الثقافية، فالفنون "الثقافة" في صلة مباشرة مع صناعات ضخمة مثل الترفيه الإعلامي "السوق". وهو ما يشير إلى إمكان تجاوز التمييز بين النخبة/ الجمهور، الفن/ الترفيه، الراعي/ التجاري، المبتذل/ الرفيع. ويرتبط تعبير "الصناعات الثقافية" بالنظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت، في الثلاثينيات والأربعينيات وما بعدها، إذ ميز هوركايمر وادورنو بين "الثقافة الجماهيرية" و"الصناعة الثقافية"، وقالا: "إن حقيقة الصناعة الثقافية مختلفة عن الثقافة الجماهيرية، فهذه الصناعة، بأفلامها وإذاعتها وصحفها ومجلاتها تشكل نظاما يغطي سير عمل أي عنصر، من الرواية التي تتطلع إلى إن تصبح فيلما سينمائيا، وينظر السينمائيون بعين الريبة إلى أي مخطوط لا يجدون فيه مسبقا إمكانية تصنيفه في رأس قوائم الكتب الأكثر مبيعا"[2].

---

(١) ميلينا دراجيشيفيتش شيشيتش، سانجين دراجوجيفيتش، ((ادارة الفنون في زمن عاصف: الادارة الجيدة القابلة للتكيف))، ترجمة: د.نهاد سالم، القاهرة، دار شرقيات للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧م، ص٢٥.

(٢)Horkheimer & Adorno, "Dialektik der Aufklarung,Philosophische Fragmente", QueridoVerlag,Amsterdam,1947,trad.Dialetticadellllluminismo,Ed.Einaudi,Torino,1966,p.81

نقلا عن: د.فريال مهنا، ((علوم الاتصال ... مصدر سبق ذكره))، ص١٧٤.



ويشترط هذا النظام، شكل ودور عملية التلقي ونوعية الاستهلاك، وتتضمن هذه الآليات في الصناعة الثقافية، وتستبعد كل ما هو جديد قد يبدو كخطر لا فائدة منه اقتصاديا[1].

واستعملت "الصناعات الثقافية" في الترويج الإقليمي، واقتنعت الحكومات بفائدتها الثقافية والاقتصادية في تشجيع الفنون والثقافة التي تقدم في المهرجانات. ودخلت صناعات الإعلام في "التنمية الثقافية" في الخطاب السياسي في السبعينيات والثمانينيات من القرن العشرين، ولكنها فشلت في الجمع بين الفن والثقافة، وبين الثقافة والإبداع. وعدّت الصناعات الثقافية "وهي تلك التي تبثها بكثافة وسائل الاتصال الجماهيري"، شكل من إشكال الاستغلال التجاري، "تشلّ، بتركيبتها الموضوعية، التلقائية والخيال، فهي مصنوعة لاستهلاك مشتت الفكر وغير عميق"، وغالبا ما تقدم إدراكا أكثر مما تقدم فهما، اما الصناعات الإبداعية تقوم على المحتوى الإبداعي وتقنيات الاتصال مع التنمية المستدامة بيئيا واجتماعيا. وهذا مانهدف اليه في البحث[2].

وعلى الرغم من الاستمرار في تناول الكثير من هذه التعبيرات بعدّها تبادلية، فان من الخلل التفريق بينها، ولكن مع ذلك كان تعبير "الصناعات الإبداعية" هو الأفضل لأنه:

١- "يدمج القيمة الاقتصادية للفنون والإعلام في التيار السائد. ويفعل هذا عبر الإقرار بأن الإبداع مدخل حاسم في القطاعات الاعلامية الثقافية المستحدثة في الاقتصاد الجديد[3]".

٢- يخلق تقاربا بين قطاعات لا يرتبط بعضها ببعض عادة.

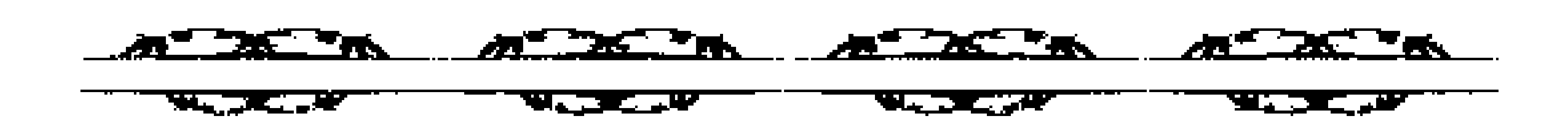
٣- يحول قطاعات الصناعات الإبداعية – الفنون البصرية والأدائية، والرقص، والمسرح، والإعلام الجديد، والبرمجيات، والألعاب، والمحتوى الالكتروني. من

---

(١) Ibid . p.93. نقلا عن: المصدر السابق نفسه، ص١٧٥.

(٢) ميلينا دراجيشيفيتش شيشتش، ((ادارة الفنون في زمن عاصف.. مصدر سبق ذكره))، ص٢٦.

(٣) جون هارتلي، ((الصناعات الإبداعية))، ج٢، ص٩١ص٩٢.



قطاعات غير تجارية إلى قطاعات تجارية، متقدمة تقنيا. ويشجع تقدم وتواصل هذه التحركات، من المحدد ثقافيا بعدّه غير تجاري إلى المحتوى المعولم التجاري، إذ الإبداعي الشامل، وليس المحدد ثقافيا. واحد أسباب القبول الواسع بفكرة الصناعات الإبداعية هو ارتباطها باثنين من سمات السياسة المعاصرة[1]:

١- الإنتاج في الاقتصاد الجديد: قطاعات تكنولوجيا معلومات واتصالات وأبحاث وتطوير.

٢- الاستهلاك في الاقتصاد الجديد: اقتصاد "تجربة" مع هوية ثقافية وتفويض اجتماعي.

وبعد تحول الفنون، والاتصال الجماهيري، والثقافة إلى فكرة الصناعات الإبداعية، ولكونها صناعات غير عادية، ستحتاج إلى قوانين لتنظيمها. ووضحتها جماعة "نظرة مقربة إلى الصناعات الإبداعية" في بريطانيا بالآتي: "في الوقت الذي ترحب فيه الجماعة بالاعتراف بالمساهمة الاقتصادية للصناعات الإبداعية في تكوين الثروة والتوظيف، يجب إن نؤكد إن هذا القطاع يختلف كل الاختلاف عن الصناعات التقليدية. فهي تتصل بالقيم، والعادات والرموز "الرأسمال الرمزي"، أنها متعددة المهارات ومرنة، وتتنقل بين البيئات وتقدم إشكالا هجينة، وهي متعددة القوميات وتزدهر على هوامش النشاط الاقتصادي، وتتصارع لتحقق المال والمعنى. والتحدي الذي تواجهه الصناعات الإبداعية هو الشكل الجديد من الفهم الاقتصادي، فليست المسألة "منافسة" الصناعات السائدة الجادة بقدر ما هي وضع الهياكل التي تسير عليها هذه الصناعات"[2].

ويعدّ التحليل النقدي مطلوب حتى لو اقتنع الناس بالفوائد الكلية لهذه التطورات. وكان النقد أكثر وضوحا لتقاليد "صناعات الثقافة"، من قبل إعداد من الذين تستهويهم الايدولوجيا فهم يعارضون أو يتجنبون "الأنشطة التي تستهدف إثراء

---

(١) المصدر السابق نفسه، ص٩٢.

(٢) جماعة نظرة مقربة الى الصناعات الإبداعية". www.mmu.ac.uk/h-ss/mipc/foci/mission.htm

غيرهم، ورفض فكرة الصناعات الإبداعية بعدّها مجرد حيلة من حيل الإعمال الكبيرة[1].

لكن في الوقت ذاته، انتقل الكثير للعمل مباشرة في قطاع الصناعات الإبداعية، والتحول باتجاه المشاركة العملية ليس بديلا عن التحليل النقدي بل لحصيلته، والسعي إلى أقصى استفادة من الفرص التي تتيحها الصناعات الإبداعية. وتتمثل احد المحصلات المتزايدة لمثل هذه المشاركة النقدية بالمستشارين السياسيين "ضيوف وسائل الاعلام"، لاسيما العاملين بالقرب من الحكومات، بدءوا يستعينون بتعبيرات مثل "بيئي" و"الاستدامة" في خطابهم السياسي. وتفهم النشطاء إن التنمية تتطلب منهجا جديدا، يقل اعتماده على الصناعات الكبيرة ويزيد على الأنشطة المستدامة، إذ تتلاءم الصناعات التي تقوم على المحتوى الإبداعي وتقنيات الاتصالات مع التنمية المستدامة بيئيا واجتماعيا[2]. انظر الملحق، "ما الصناعات الابداعية، اضطراب تصنيف أم تركيز على التحليل".

رابعا: مستهلكو ومواطنو الصناعات الإبداعية

"يعدّ كل فرد في المجتمعات الإنسانية مستهلك، ومواطن. فيفترض المستهلكون إن يكونوا معنيين بالرفاهية، والجمال، والسمر. ويفترض كمواطنين، إن تكون عنايتهم بالحرية، والحقيقة، والعدالة. ويمثلان توأم طاقة التحديث، ولا يمكن فهم أي منهما بمعزل عن الآخر. وتكوين الذات يحدث عند هذا الحد من الامتزاج، عندما يصبح تأثرهم بخبرة المواطنة مثل تأثرهم بخبرة الاستهلاك[3].

"ويعني التوق إلى الرفاهية التحرر من الحاجة، والى الوفرة لا الندرة، لكل المجتمع. فقد تحول نمط الاستهلاك، إلى مواد ترفيه جماهيرية عبر السياحة،

---

(١) جون هارتلي، ((الصناعات الإبداعية))، ج١، مصدر سبق ذكره، ص٢٠ ص٢١ .

(٢) جون هارتلي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٢.

(٣) ميلينا دراجيشيفيتش شيشيتش، سانجين دراجوجيفيتش، ((ادارة الفنون في زمن عاصف.. مصدر سبق ذكره))، ص٢٧.



والاتصال الجماهيري، والرياضة، وشراكة تفاعلية تفي برغبات المستهلك، ولا تقوم على إقناع الجمهور، بل على الاختلاف والألفة والاختيار المبني على المعلومات[1].

وتتمثل الحرية في المواطنة، ونحن نشهد عصرا يكثر فيه الحديث عن حقوق المواطن، حتى أصبح تقدم الدول وحداثتها مرهون بمدى استجابتها لاحترام مواطنيها. "فهل نجد حقا مثل هذا التقديس للمواطن داخل الدول الصناعية أم إن مواطن هذه الدول حاله حال المجتمعات النامية يعيش اضطهادا وتهميشا تحجبه غشاوة السعادة التي خرجت من صناعة التسلية والترفيه"[2].

ويخاطب الاتصال الجماهيري الإفراد كمستهلكين ومواطنين. فالقنوات الفضائية التي تكون كلها تجارية وترفيهية متمثلة بالإعلانات والبرامج الترفيهية في يوم، قد تصبح كلها "مواطنة، اي وطنية" في اليوم التالي بسبب حدث. وكان هذا حال القنوات الفضائية في ٩ نيسان ٢٠٠٣م يوم احتلال بغداد. وكان المستهلكون هم الذين تصدروا هذا التحول، ولم يفرضه القائمون على الاتصال*. "وايضاً أنتقل الاتصال الجماهيري، من ذلك النظام النصي للأمور العامة وعبر الوسائل التي توصل إليها الجمهور الحديث بطريقة إبداعية، إلى إشكال من الحياة الخاصة، سعيا وراء محو الخط الفاصل بين المواطن والمستهلك، عن طريق التغطية الإخبارية لتتجاوز معاييرها المعتادة للسياسة، إلى الإعمال، والثقافة، والأزياء، والسياحة، والبيت والحديقة. ويشمل تاريخ الحرية والرفاهية تقارب وتباعد"، **فمثلما اقنعت الصناعات الإبداعية الجمهور بالاستهلاك، كانت أيضاً مطالبة بحقوقه.** فقد كان التمييز بين العام "الحرية" والخاص "الرفاهية" على النحو الآتي[3]:

- **في المجال العام:** تتشكل المواطنة، نجد الحكومة، والسياسة، والأمن، والعدالة، والديمقراطية، والخدمة العامة، والحقوق الإنسانية والمدنية، والتعليم، والضمان الاجتماعي، والهوية الثقافية.

---

(١) المصدر السابق نفسه، ص٢٤.

(٢) سلمى بالحاج مبروك الخويلدي، ((المواطن والإنسان ذو البعد الواحد))، الجزائر، مجلة العلوم الاجتماعية، الثلاثاء٢٤/٤/٢٠٠٨، ص٢٦.

* المثال الموجود في الكتاب ضمن السياق نفسه كان عن احداث ١١/ سبتمبر/٢٠٠١م.

(٣) جون هارتلي، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٢٤.

- في المجال الخاص: يتشكل المستهلكون، مثل: الإعمال، واقتصاد السوق، والملكية، وحقوق المستهلك. وتتشكل الذوات على الصعيدين. فتتشكل هوياتنا الفردية من عناصر عامة وخاصة على حد سواء.

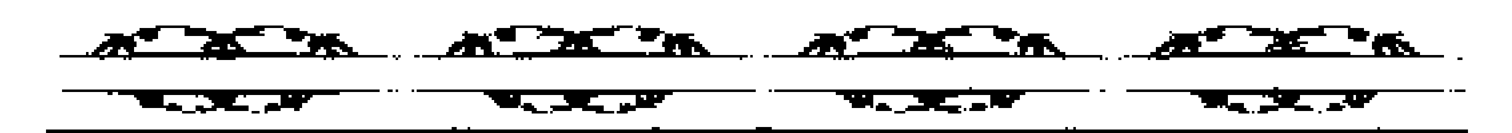
ويشهد الإبداع، بطريقة واضحة، التغيرات نفسها والقضايا التي تطرحها، فالتقى السعي إلى الرفاهية بالتطلع إلى الحرية إلى حد إن المستهلك أحرز حقوقا مدنية في المجال العام. وكان الانتقال من الثقافة العامة إلى الحياة الخاصة من قبل مبدعين في المجتمع، فأدخلت إلى عالم المواطنة إسهامات مهمة في ما كان يعدّ شؤون خاصة. واثر هذا تداخلت الهوية السياسية مع غيرها من قطاعات ما يطلق عليه "الحركات الاجتماعية الجديدة"، ومنها حركات السلام والبيئة. وتوافرت لها الإيديولوجيات والبرامج عبر الإعلام التجاري[1].

وتوجد إمكانات الإبداع في فضاءات يمكن إن تزدهر فيها مبادرات المجتمع المدني مثل: الحركات الاجتماعية، مجموعة فنانين، محطات إذاعة وتلفزيون مستقلة، مجموعات عرقية، معدو ومقدمو البرامج الناجحة، نجوم الفن والسياسة، جمهور وسائل الاتصال. ويحظى الإبداع بالتعددية وبتحقيق التنمية والتعبير الثقافي الديمقراطي عن الهويات المتعددة ولممارسة إشكال مختلفة من المواطنة المسؤولة[2].

وتظهر بأوضح صورة عندما يؤدي "الذوق الشخصي للمبدع وذوق المستهلك إلى ظهور جمهور جديد". وابرز مثال، هو صناعة الموسيقى الشعبية، فقد جاء التعبير عن الحركات الاجتماعية التي أعقبت الحرب العالمية الثانية، عبر موسيقى "البلوز"، وبدأت تجمعات أوسع التعرف عن طريقها على رد الفعل الافرو – أمريكي على الاضطهاد، وتطلعه إلى الحرية "واستهلاكها في الوقت ذاته، عبر التسجيلات الميكانيكية والالكترونية". وانتظمت أيضا مشاعر الأمريكيين المعادين للحرب في

(١) المصدر السابق نفسه، ص١٢١.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص١٢٧ .



فيتم حول موسيقى " الروك "، كنوع من الاحتجاج السياسي، عبر الاستهلاك الشخصي لغرض التسلية[1].

ونستطيع أن نحدد ملامح أساس للانسان المستهلك في العصر الحديث، ويرى ماركوز ان سمة المجتمع الصناعي، "أنه مجتمع الوفرة والرفاه، والرفاه ما يحقق راحة الناس وإحساسهم بالسعادة". وما يميز المجتمع الصناعي هو تحويل الإنسان نحو هدف واحد تتمثل في خلق لدى الإنسان "حاجة لاتقاوم إلى إنتاج واستهلاك ماهو زائد عن الحاجة[2].

ويتضمن مفهوم المواطن حقوقا يتمتع بها المواطنين جميعهم وهي في الوقت نفسه واجبات على الدولة، ومنها: ضمان الحريات الشخصية مثل حرية التملك والعمل والاعتقاد والرأي، وتوفير الحياة الكريمة والخدمات الأساس. ويقابل الحقوق التي يتمتع بها المواطن، واجبات فمثلما واجبي هو حق عند غيري فإن حقوقي هي واجبات عند غيري. وارتبط مفهوم الواجب بالإلزام ومن أهم الإلزامات: احترام حرية الآخرين، والدفاع عن الوطن، والانتخاب. فإذا كانت الدولة حريصة على تحقيق فكرة المواطنة فكيف حال المواطن في ظل الدولة الصناعية. ويقول ماركوز: "تميزت صورة المواطن على ضوء ملامح حضارة التصنيع على المنفعة والمردودية والتقنية، في مقابل استبعاد القيم وأدى هذا إلى "تشظي صورة الإنسان" ومن خلفها صورة المواطن[3].

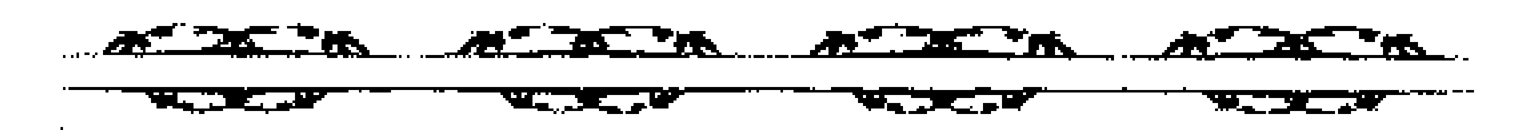
وتظهر الرؤية النفعية للإنسان عبر العملية الاستهلاكية التي تقوم بتغيير وجه العالم والحياة الاجتماعية، وتحول كل شيء إلى سلعة، إذ يصبح لكل شيء مقابل وخاضعا للتبادل النفعي. ويخضع كل شيء في المجتمع للنظام، غير أن النظام بهذا المعنى هو عنصر إفساد. ولو تتبعنا السياق السياسي الذي من المفروض أن

---

(١) جون هارتلي، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٢٢.

(٢) هاربرت ماركوز، ((الإنسان ذو البعد الواحد))، ترجمة: جورج طرابيشي، بيروت، منشورات دار الآداب، ط٢، ١٩٨٨م، ص٥٤.

(٣) المصدر السابق نفسه، ص٦١.



تتحقق فيه المواطنة، لوجدنا العديد من الانتهاكات، فإذا كان المطلوب هو التعددية داخل المجتمع السياسي الديمقراطي فإن البعد الواحد قد ألغى فكرة التعددية السياسية بقضائها على برامج المعارضة، وإذا كان من حق المواطن حرية التفكير والتعبير فإن المجتمع السياسي الصناعي عن طريق العقلانية التكنولوجية يطمح إلى تصفية العناصر المعارضة والمتعالية في "الثقافة الرفيعة" بما يحجب عنها القدرة على إبراز مظاهر الاختلال في الواقع الاجتماعي لأن هذه الثقافة آخذة في التلاشي لتحل محلها ثقافة استهلاكية تنتج بكثرة وتستهلك بكثرة سواء كانت موسيقى أو أدب أو سلع[1].

فتكيف المواطن، وتضاءلت أبعاده وتقلصت حرية تفكيره وتحول عقله من عقل ناقد إلى عقل إيجابي متكيف مع الواقع القائم، وخواء قيمي مقابل تزايد مفرط أمام نزعة استهلاكية زائفة. ويبدو أن فكرة المواطن في المجتمع الصناعي آخذة في التلاشي، فإذا كانت بداية المجتمع الصناعي قد تأسست على الحقوق والحريات فإن مرحلة متقدمة تصبح ما به قام المجتمع لا قيمة له أمام تصاعد وتيرة الإنتاج والإستهلاك. فهل من مخرج لمواطن فقد مواطنته؟ **"إن الوعي بالأخطار، يدفع باتجاه التعبير عن المأزق وتكوين رأي عام يتوق للتحرر. حتى يتمكن المواطن من استعادة مكانته الحقيقية بعدّه إنساناً له واجبات وحقوق يجب احترامها وهو حقه في التعبير والنقد والتفكير وحقوقه المتعلقة بحياة كريمة، ولا يتم إلا بوضع برنامج تحريري يقطع مع صورة الإنسان ذو البعد الواحد، وذلك بالقطع مع ما هو كائن وفضح الفوضى الفكرية والأخلاقية والسياسية والاقتصادية التي تقصي القيم، وأسوء ما في الأمر حلول الانغلاق في المجتمع عن طريق تعميق الهوة بين أقلية في يدها الحل واتخاذ القرار وخضوع وسائل الاتصال الجماهيري من ثقافة وفن وإعلام تحت سلطة هؤلاء. لذلك لا بد من مراجعة الأوضاع ونقدها وإيجاد منظومة قيم تستطيع أنسنة الحضارة وإنقاذ المواطن من البعد الواحد حتى يتمكن من استرداد كل**

---

(١) هاربرت ماركوز، ((مصدر سبق ذكره))، ص٦٧.



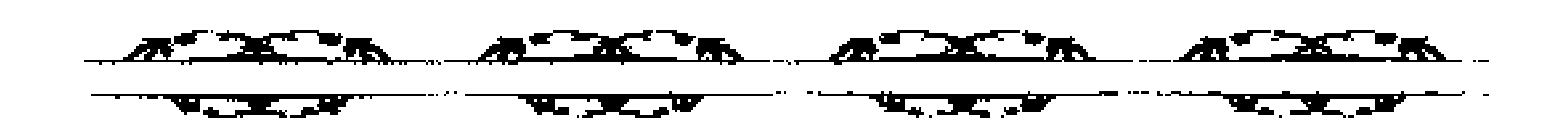
حقوقه التي تضمنها الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، لأن حقوق الإنسان من حقوق المواطن. ويتميز إنسان العولمة بالعزلة بلا انتماء ولا أفق"، وتكمن اهمية الصناعات الابداعية، بعدها "اعلام بديل"، يستطيع النقد وفضح الفوضى الفكرية والسياسية والثقافية السائدة في ثقافة من الثقافات[1].

وتحتكر الدول الغربية السوق، وتخلق حاجات جديدة على حساب الحاجات الضرورية للعيش، وترفع ثمن بضاعة وتخفض أخرى حسب مصالح الشركات المتعددة الجنسيات. وهو ما أوصل الحضارة ذو البعد الواحد إلى طريق مسدود هاجسها الأوحد التسلح للدفاع عن المكتسبات الصناعية، وحولت الطاقات الفكرية والمادية للحضارة إلى استعداد دائم للصراع ولم يعد من حديث سوى عن الحروب الإستباقية وما تحمله من مصير مرعب وإفناء للبشرية. "ويستدعي الامر وسائل عمل مشتركة، من المثقفين والقائمين على وسائل الاتصال الجماهيري، تبدأ بلحظة الوعي بالأخطار، للتعبير عن المأزق بشكل واضح وتكوين رأي عام يتوق للتحرر، وفي مقابل تصور صعوبة إيجاد البديل المتمثل في استعادة المواطن الحقيقي مقابل المواطن الزائف والوهمي يجب وضع برنامج يقاوم انحرافات حضارة التصنيع وحضارة الإنسان ذو البعد الواحد، قطع مع ما هو كائن، لكن يجب أن لا يأخذ ذلك على أنها دعوة لمحاربة التقنية والتقدم بل لا بد أن يستهدف فضح الفوضى الفكرية والأخلاقية التي تبعد عن القيم الإنسانية الشاملة من جراء هيمنة التكنولوجيا والمنافسة، وتحرير الوسائل الإعلامية والثقافية من هيمنة ورقابة رأس المال وتحويلها من ملكية لأقلية سياسية واقتصادية ذات مصالح ضيقة إلى ملكية جماهرية ديمقراطية همها الدفاع عما يكون به الإنسان إنسانا وفضح كل أشكال الانتهاكات التي تحصل في المجتمع. بمعنى أن تصبح الثقافة بمختلف أشكالها أكثر إنسانية وأكثر كونية. لذلك لا بد من مراجعة الأوضاع و نقدها وإيجاد منظومة قيم تستطيع أنسنة الحضارة وإنقاذ الإنسان من البعد الواحد"[2].

---

(١) سلمى بالحاج مبروك الخويلدي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٤٥.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص٣٥.



خامسا: الاقتصاد الجديد والصناعات الإبداعية*

يعدّ رأس المال الفكري القوة الدافعة للعصر الجديد، ولم تعدّ الثروة هي رأس المال المادي بل الخيال والإبداع الإنساني للأفكار، مثل "**براءات الاختراع وحقوق الملكية والعلامات التجارية...**"، ويندر مقايضة رأس المال الفكري، وبدلا من ذلك، يحتفظ به المزوّدون ويمنحون إطرافاً أخرى حق استخدامه أو ترخيصه أو تأجيره أو يفرضون رسوما لاستخدامات محدودة[1].

"وتنتج الصناعات الابداعية "بضائع رمزية" "أفكار، وتجارب، وصور ..."، إذ تعتمد القيمة بالأساس على سلوك المعاني الرمزية. وتعتمد قيمتها على فك المستخدم النهائي "المشاهد، والمستمع، والمستهلك" للرموز والتوصل الى القيمة في اطار هذه المعاني، من هنا، فان قيمة "السلع الرمزية" تعتمد على فهم المستخدم بقدر اعتمادها على خلق المضمون الأصلي، وأن القيمة قد تترجم، أو لا تترجم، الى عائد مادي[2].

وتتزايد في القرن ٢١ تجارة المؤسسات والإفراد للأفكار، ويتزايد شراء الجمهور والشركات الإعلامية للنفاذ إلى تلك الأفكار والتجسيد المادي لها، إذ "**إن القدرة على السيطرة على الأفكار وبيعها هو التعبير النهائي للحرفة التجارية الجديدة للصناعات الإبداعية**". وأدركت الشركات الكبيرة إن أفكارها وطريقتها في العمل وعلاماتها التجارية، أكثر قيمة من منح حق امتياز للأصول المادية، أي المصانع والمواد الخام[3]*.

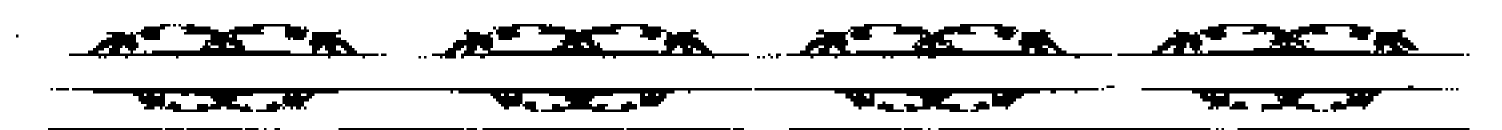
*عوائد الصناعات الإبداعية على مستوى العالم تقدر ٧.٥ ترليون دولار أمريكي. ويعمل فيها ملايين العمال، في امريكا ٨ ملايين عامل.

(١) جيرمي ريفكن، ((عصر الفرص....))، مصدر سبق ذكره، ص١١ .

(٢) المصدر السابق نفسه، ص١٦٨.

(٣)جيرمي ريفكن، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٢.

* اكتشفت شركة "ماكدونالد" إن هناك إرباحا يمكن تحقيقها من مواقع بيع الهامبرجر أكثر من بيع الهامبرجر نفسه. فتعمل كل شركة محلية وكأنها نسخة من الشركة الأم، الأمر الذي يجعل صورة الشركة الأم وصيتها في إدارة العمل تتكرر في كل سوق من الأسواق الجغرافية.



"ويعدّ الحصول على حق الامتياز مشروع تجاري في صالح الطرفين، ويعدّ حق الامتياز من الأمور الراسخة في الاتصال الجماهيري، ويصاحب البرامج والأفلام والأغاني عبارة حقوق الملكية محفوظة"[1].

ويرتبط ظهور الاقتصاد الإبداعي بما يطلق عليه "تثقيف الحياة الاقتصادية" كأحد مدخلات تكوين الثروة على مستوى الاقتصاد العالمي، وتزامنت مع تحول النشاط الاقتصادي من البضائع إلى الثقافة. وكان الازدهار بداية لقطاع تكنولوجيا المعلومات، حين كتب آلان تورين ودانيال بل عن "المجتمع ما بعد الصناعي"، بأنه مصطلح يصف "انتقال المجتمعات المعاصرة نحو أنشطة الخدمات، إذ تؤدي المعلومات أو ما يطلق عليه "الأملاك الرمزية" دورا أساسا". ولهذا يطلق عليه دانيال بل "مجتمع المتفوقين والمهمشين والعلميين التقنيين"[2].

فأصبح الإبداع احد أصول السوق، ولم تعدّ التواصلية فقط تحقق الثروات، وإنما "إبداع المضمون أفضل استثمار". وكان الجمهور معني بالأفكار والمهارات المتاحة للجميع، لربط خصوصيتهم المحلية بالاقتصاد العالمي. وتنتج الصناعات الإبداعية بضائع رمزية "أفكار، تجارب، صور"، وتعتمد القيمة على سلوك المعاني الرمزية "شكل ومضمون الرسائل الاتصالية"، وتقبل "المشاهد، المستمع، المستهلك" النهائي للمنتج والتوصل إلى القيمة في إطار هذه المعاني[3].

وميز شارلز ليدبيتر بين نوعين من المعرفة، "الضمنية والصريحة"*، ليبين كيف يعمل بالفعل نظام اقتصادي يقوم على المعرفة والأفكار، على سبيل المثال،

---

(١) مؤسسة حقوق الامتيازات، ((احتكار الافكار))، http://www.franchise.org/news/fw .

(٢) د.محمد حسام الدين اسماعيل، مصدر سبق ذكره، ص٥٥.

(٣)Coyle, and D.Quah,((Getting the Measure of the New Economy)) isociety, London, 2002, p.6.

نقلا عن:.. http://www franchise.org/news/fw

* المعرفة الضمنية: غير مكتوبة، وتكون في سياقات شديدة الخصوصية، وعادة ما تكون حدسية، وتعتمد على التكرار، فمثلا، معظمنا يعرف كيف يقود دراجة لكن لا يستطيع تسجيل كيف يتم كتابة هذا بالتفصيل.

المعرفة الصريحة: توضح بالكتابة والأرقام، في كتب وتقارير، ويمكن أخذها من سياق ونقلها إلى آخر. ولا تصبح المعرفة الضمنية ذات قيمة إلا إذا أمكن نشرها على جمهور واسع، ولتحقيق هذا، يجب تحويلها إلى شكل صريح قابل للنقل.

المعرفة الضمنية كيف تطهو؟ يجب تحويلها إلى معرفة ملموسة "وصفة"، حتى تكون قابلة للتسليع. لكن المعرفة ليست مثل أنواع السلع الأخرى. وكما يقول شارلز: "إن الاستهلاك هو متعة تملك الشيء. **لكننا عندما نستهلك المعرفة "الوصفة" مثلا، لا نمتلكها. تظل الوصفة وصفة دليا سميث***، فاستهلاك الوصفة نشاط **مشترك، إننا لانبطل المعرفة الموجودة بالوصفة باستخدامها، إننا ننشرها**". وسيتضمن الاستهلاك إعادة إنتاج، ولهذا نلاحظ الاقتصاد الإبداعي لا ينضب بالاستعمال[1].

ويشير شارلز ليدبيتر، يتاجر اقتصاد المعرفة "**بالمهارات والأفكار، يبدو وكأن كل شخص إمامه الفرصة ليفعلها، عن طريق العمل، أو من مطبخه أو غرفة نومه**". وان التوصل إلى المعرفة عملية إنسانية، وليست تقنية، وهذا الأساس الذي تقوم عليه الصناعات الإبداعية[2].

سادسا: الفرق بين الصناعات التصنيعية والصناعات الإبداعية

يمكن إيجاز أوجه الشبه والاختلاف بين الصناعات الإبداعية "**الثقافية**" والصناعات التصنيعية "**الاقتصادية**" فيما يلي[3]:

١- شركات ضخمة، "الصناعات الإبداعية عادة ما تكون مشروعات صغيرة ومتوسطة".

٢- منظمة صناعيا، "يتم تنظيم الصناعات الإبداعية حول المشروع وليس المصنع والمكتب".

---

* دليا سميث: مقدمة برامج الطهو ومؤلفة كتب الطهي وتعود جاذبية كتبها بالنسبة إلى متسوق الكريسماس، في جانب منها، إلى شخصية الكاتبة، وطريقتها، وفرديتها، التي عرفت كيف تقدمها. وبتعبير آخر، فان شخصيتها جزء من المنتج، الذي لا يكتمل إلا بتحويل المستهلك الوصفات إلى وجبات.

نقلا عن: جون هارتلي، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٤٧. مثل برنامج "مطبخ منال".

(١) المصدر السابق نفسه.

(٢) هذا النص مقتطف من كتاب شارلز ليد بيتر بعنوان ((العيش فوق هواء رقيق: الاقتصاد الجديد)). نقلا عن: بروك نويل موور وكينيث برودر، ((الفلسفة قوة الأفكار، أفكار مؤثرة... مصدر سبق ذكره))، ص٢٢.

(٣) جون هارتلي، ((مصدر سبق ذكره))، ج١، من ص٢٤ إلى ص٢٦.

٣- يوجهها المديرون، "يوجه المستهلك الصناعات الإبداعية، والفنانين إفراد، كالموسيقيين، والمبتكرين في مجال العلوم، والمؤلفين، والموهوبين في المجالات المختلفة، والجمهور وغيرهم".

٤- تتحقق فيها القيمة المضافة من الإنتاج، "عائد القيمة في الصناعات الإبداعية مصدره حد الاستهلاك في سلسلة القيمة".

٥- تتواجد في قطاع محدد من الاقتصاد، "تنتشر الصناعات الإبداعية بصورة متزايدة في قطاعات مختلفة: الإعلام، والسياحة، والتعليم، والحكومة".

٦- تعتمد على بحوث السوق لمعرفة احتياجات المستهلكين وغايتها الاستهلاك، "تجعل الصناعات الإبداعية المستهلكين يقرون باحتياجهم" وهنا يكمن الإبداع، "ويعدّ الاستهلاك جزء من دائرة الصناعات الإبداعية لا غايتها "، ولكن في الشركات الإعلامية المتنافسة تصبح غاية. وميزت منظمة الأمم المتحدة "اليونسكو"، فيما بينهما بالتالي[1]:

١- تهتم الصناعات الاقتصادية بتنمية قطاع اقتصادي، "إما الصناعات الثقافية تهتم بتنمية القطاع الثقافي بما يتضمنه من أنشطة إبداعية".

٢- تهتم الصناعات الاقتصادية بتحقيق الاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية المحدودة. إما "الصناعات الثقافية فان محور نشاطها يتركز في تحقيق أقصى فائدة ممكنة من المواهب البشرية ومقدرتها على الإبداع في الحالات والمجالات جميعها".

٣- تسعى الصناعات الاقتصادية إلى المحافظة على مصادر الثروة، بينما "تهدف الصناعات الثقافية إلى الحفاظ على التراث الثقافي وإحيائه بما يحقق للفرد اكبر قدر ممكن من "الأمن الثقافي" الذي ينبثق من شعوره بالانتماء لموطنه".

وتتنوع الصناعات الإبداعية من حيث نشاطها الاقتصادي، "ومن الصعوبة تحديدها ومعرفة إشكالها وعلاقاتها الداخلية مع المبدعين أو المنتجين لها تجاريا،

(١)http://www.unesco.org/culture/industries The Impact of Cultural Industries in the Field of Audio – Visual media an the Socio Cultural behaviour of Youth ",Cultural Industries UNESCO .



وتعدّ من الصناعات غير مستقرة، وشأن أي مجال جديد فان حدوده، واستخداماته موضع نقاش شامل[1].

سابعا: سياسة التعددية الثقافية للصناعات الإبداعية

تتمثل الوسيلة الرئيسة للحصول على المنتجات الثقافية في الاتصال الجماهيري، "فعدد المنازل التي تمتلك أجهزة راديو وتلفزيون في الوطن العربي يعادل، بل يفوق أحيانا، عدد المنازل التي أتم إفراد أسرها تعليمهم الابتدائي". ولكن استهلاكنا من الاتصال الجماهيري، لا يغذيه إنتاج اتصالي نابع من القضايا العربية وخصوصية مجتمعاتنا، بل يغذيه اتصال يعطي الأولوية "لواقع بعيد عن بيئتنا وترفيه غربي النشأة". ومع اقتراب انتهاء العقد الأول من الألفية الثالثة، يجب إن ننتبه إلى أفعال وقرارات المسؤولين عن السياسات الثقافية، إذا أردنا معالجة المشكلات الناجمة من العولمة. لأنه الصناعات الثقافية حاملة للهوية والقيم والدلالات، وفي الوقت نفسه عوامل تنمية اجتماعية واقتصادية، ويقتضي صون التنوع الثقافي وتعزيزه تشجيع قيام صناعات ثقافية مزودة بوسائل إثبات ذاتها على المستويين المحلي والعالمي. وفيما يلي ملخص للطرق التي يمكن انتهاجها لمعالجة هذه المشكلات[2]:

١- لا تزال السياسات الاتصالية للدول العربية تركز على الحفاظ على التراث، ويقول حسن حنفي "إن التراث ليس قيمة في ذاته إلا بقدر ما يعطي من نظرية علمية في تفسير الواقع والعمل على تطويره، فهو ليس متحفا للأفكار نفخر بها ونقف إمامها بانبهار، بل هو نظرية للعمل وموجه للسلوك[3]".

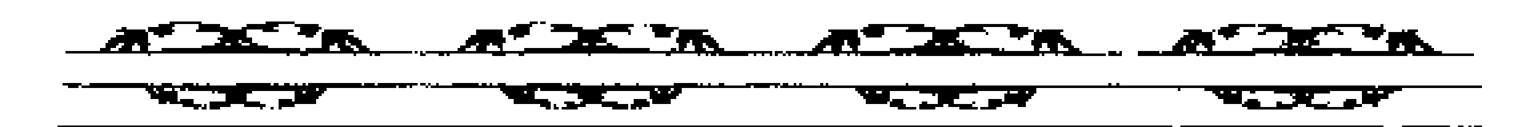
ومن الطبيعي إن يكون التراث بمجمله محط اعتزاز العرب كما هو الأمر بالنسبة للأمم كلها، ولكن يجب تجسيده، لكونه معيناً لا ينضب، وإعادة اكتشافه، مرة بعد مرة. على الرغم من البعض يؤكد إن استثمار التراث في التنمية

---

(1) http://www.unesco.org/culture/industries

(2)د.محمد قيراط، ((قضايا اعلامية معاصرة))، الكويت، مكتبة الفلاح، ٢٠٠٦م، ص٢١.

(3)حسن حنفي، ((التراث والتجديد))، بيروت، دار التنوير، ١٩٨١. نقلا عن: د.فريال مهنا، ((إشكالية الجهاد في عصر المعلوماتية- عبر معضلات الهوية والسيادة والآخر))، دمشق، دار الفكر، ٢٠٠٥م، ص١١٥.



ممكن عمليا إن تضر الأمة مادامت تؤدي إلى إلغاء تقاليدها والتجديد في تناول التراث. ولكن سرعان ما نسقط مثل هذه الاعتراضات بناء على إن من الأفضل للأمة إن تكون غنية سعيدة عن إن تكون فقيرة ملتزمة بالتقاليد[1].

٢- تشكل منتجات الصناعات الثقافية في الدول المتقدمة رافدا مهما للاقتصاد لتوفر السوق الواسع والقوة الشرائية، لذلك تدعمها الدول بميزانيات ضخمة لغايات التصدير لأنها إحدى أهم أدوات النفوذ وتشكيل نماذج الحياة لدى الشعوب الأخرى التي تريد هذه الدول إلحاقها بمنظومتها السياسية والاقتصادية ولعل النموذج الأميركي خير نموذج لسياسات الدول في هذا المجال.

٣- بث قنوات فضائية تشجع على ظهور مبادرات المجتمع المدني، فتعددية القائمين وحدها هي الكفيلة بتحقيق التنمية والتعبير الثقافي الديموقراطي عن الهويات المتعددة. ومثل تلك التغييرات في وسائل الاتصال الجماهيري والسياسات الثقافية ضرورة لممارسة المواطنة المسؤولة، وفقا لظروف التحولات الاجتماعية الثقافية، وأشكال الاستهلاك الحالية، واندماج قوميات متعددة[2].

٤- تعني سياسات تطوير الصناعات الابداعية استمرار اعتماد الثقافة المتزايد على السوق. وأن انتاج الثقافة من أجل السوق يعني ارضاء أدنى مستويات الجمهور، وخلق "ترفيه" سهل، وحشد شعبية فورية. وفي هذه الطريقة، اخفاق لاستقلالية الاعلام الذي يجب ان يكون في مركز الانتاج الثقافي الحقيقي. لان المنتجات الإبداعية "سلع تجريبة"، يحتاج جمهورها المعلومات قبل الاستهلاك، وقد لاتسوق، فتعاني من شك كبير في الطلب المتوقع على الإنتاج الإبداعي[3].

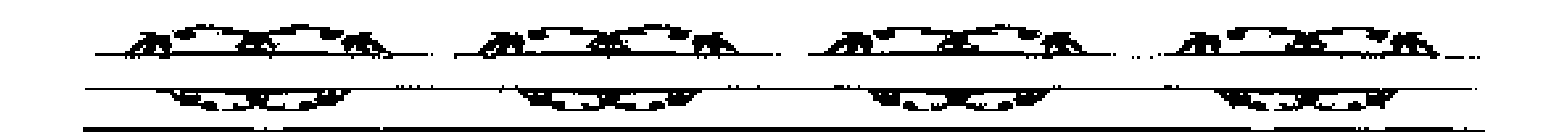
---

(١) امارتيا صن، ((التنمية حرية، مصدر سبق ذكره))، ص٤٤.

(٢) دجون هارتلي، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٢٧.

(٣)Richard Caves,((Creative Industries:Contracts between Art and Commerce)),Harvard University Press,Cambridge,Mass,2000,p.1-10.

نقلا عن: ستوارت كننغهام، ((الصناعات..المصدر السابق نفسه))، ج٢، ص٩٤ص٩٥.



ثامنا: الثروة الثقافية للأمم في الاعلام البديل:

"تسعى الصناعات الابداعية للتوصل الى حلول سياسية تسمح للشعوب بالتأكيد على تفردها الثقافي. وعلى الرغم من تنوع الآراء والمواقف في استكشاف قدرة هذه الصناعات، فان ما يطلق عليه ليدبيتر "التفاؤل المقاتل" مطلوب، لان الابداع يشيع الأمل، ويقوم على التنوع والانفتاح، والاستقلال، والتقدم التراكمي لا الثوري، والتجريب بما في هذا الفشل. وليس امامنا الا الأمل في أن المجتمع لم يكتمل بعد، وانه مازال يتطور ويتعلم ويتغير للافضل. ومن هنا فان مضمون الصناعات الابداعية هو تجريب "سياسات الأمل" عند ليدبيتر. وهذا هو الاحساس بفكرة الصناعات الابداعية[1]".

وتعدّ الصناعات الابداعية من الفضاءات التي يمكن أن تزدهر فيها مبادرات المجتمع المدني: "حركات اجتماعية، ومجموعات فنانين، وبرامج خاصة في محطات الاذاعة والتلفزيون، وجمهور متنوع". فتعددية الفاعلين وحدها هي التي يمكن أن تختار تنمية ثقافية ديموقراطية وتقديم هويات متعددة، وافكار جديدة عن التقدم والتنمية، في فضاءات لم تكن تتلاءم يوما معها، فيمكن للابداع ان يكون نتاجا للمقاومة والثقافة المحلية[2]".

وتقول ماكروبي أن "الصناعات الابداعية سياسة ترغب في تحويل نقاد اجتماعيين وسياسيين غاضبين الى فنانين ناجحين[3]".

ويمكن تحديد الاعلام البديل "الاجتماعي" "كنسق فكري وعملي يبحث عن الرقي بالمجتمع كفاعل أو كموضوع للاتّصال". ويبدو أنّ الاعلام البديل

---

(١) Leadbeater, C. (2002) Up the Down Escalator: why the Global Pessimists Are Wrong. Viking, London. نقلا عن: د.جون هارتلي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٥٣ص٥٤.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص٧٠.

(٣) Mc Robbie, A. (2001) "Everyone is Creative": Artists as New Economy Pioneers? (accessed August 30, 2001). www.open democracy.netOpen Democracy, نقلا عن: المصدر السابق نفسه، ص٧٢

وبشكل ملموس هو الفرصة للمجتمع المدني ليقدّم مكوناته المختلفة، وليتحاوروا في ما بينهم، وهو الامكانية المفتوحة لكلّ مواطن للدخول بحرية وبفعالية للاتّصال مع أي مجموعة أخرى في جوّ من التسامح والاحترام المتبادل[1].

ويمكن أن تؤول هذه الآلية للاعلام البديل الفعلي الى مستويات عدّة[2]:

١- البحث عن التفاعلية الحقيقية، سواء كانت عن قرب أو عن طريق "الميديا". "مشاركة الجمهور في فعل الاتّصال".

٢- نظرة مختلفة أو بديلة للحياة السياسية والثقافية والاجتماعية.

٣- أنماط معالجة اعلامية تخرج عن الأمور المطروقة.

٤- يُعدّ متلقي الرسالة شريكاً جديراً بالاستقلالية، وليس متلقياً سلبياً.

٥- لكلّ محاور الخيار بأن يجيب بطريقة لا تكون معدة سلفاً من قبل المرسل.

٦- يتم الاتّصال دون وسيط، واذا تمّ اللجوء الى وسيط، فيجب ان لا يشكل عائقاً للحوار، والحدّ الأدنى من اجابة الجمهور تقتضي اعطاء فعل لكلام آخر.

قد تكون هذه المعايير ذات صفة انتقائية، وهي تعود الى مثاليات نطمح الوصول اليها في الاعلام العربي أكثر مما تعود الى وقائع يومية معيشة، لكن هذا الشكل من الاتّصال الذي يريد أن يكون بديلاً عليه أن يرتكز عليها. ويمثل الاتصال البديل رهاناً استراتيجياً، فهو لا ينفصل عن التنشيط الاجتماعي، ويستهدف تفعيل تجارب الحوار مابين الثقافات والاثنيات التي تتعايش وهي تتصادم وتتجاهل بعضها البعض[3].

وكي يتمكن الاتصال البديل من تحقيق أهدافه عليه التحقق من عنصرين: "التلقي للرسالة وفعاليتها، لأنّ الاتّصال يهدف الى تغيير امّا الاستعدادات والميول الفكرية، واما الى تغيير السلوكيات، أي الانتقال الى الفعل، وذلك بحثّ المتلقي،

---

(1) Herve Collet, Communiquer pourquoi, comment: Le Guide de la communication sociale (Paris Cridec, 2004), p.102. نقلا عن: د.نهوند القادري، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٢١.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص٢٢٢ص٢٢٢.

(٣) د.نهوند القادري، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٢٢ص٢٢٣.



امّا على الانضمام الى السجل المعرفي، واما على الانضمام الى السجل العاطفي، لأن الرسالة في الواقع، حتّى وان كانت تحمل اعلاماً تافهاً، فهي ليست محايدة، بل ان الجانب المعرفي والجانب العاطفي يشكلان جزءاً أساساً من كلّ اتّصال ذي هدف، إذ أنّ النتيجة المراد الوصول اليها من قبل الاعلام، بوعي أو بلا وعي، تعود الى مجالي المعرفة والعاطفة، وفي نسب مختلفة من رسالة الى أخرى[1].

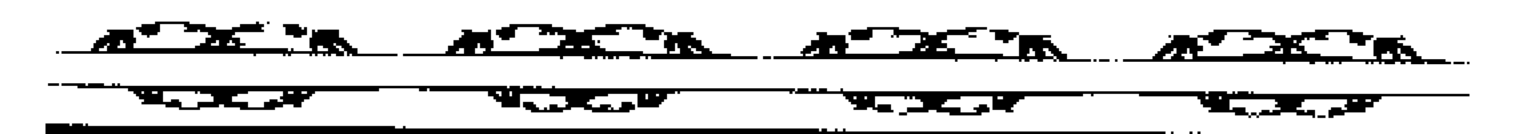
ويعدّ ميكل الصناعات الابداعية بأنها: "اعلام بديل أو تكتيكي، لانها تعد مجالات للإنتاج الإبداعي تتلاءم بصعوبة مع أفكار ابداع تحركها التجارة، وترمي الى استغلال التدفقات العالمية من رأس المال والثقافة. وتعدّ تحديا مباشرا للفكرة القائلة بأن المعرفة يجب تسليعها، والقول بأن البديل الثقافي يرفع صناعة الافلام والبرامج الى ذرى جديدة أو يقدم موضة جديدة[2].

"ويتضاءل البديل بصورة فعالة الى أن يصبح نمطا. وفي اطار الاعلام، يعني هذا أننا لانستطيع بيع وعاء، برامج اذاعية او تلفزيونية، مجلة ثورية، فسيكون هناك خطر على "القائمين بالاتصال" في تحول هذا البديل الى موضوع للموضة أو لأسلوب الحياة، والحقيقة أن البديل من الممكن أن يتزايد، فالمتاح هو سلسلة من النقد والرؤى البديلة للمستقبل تسعى الى مقاطعة السلطة المفترضة، التي تستفيض نظرية الاعلام البديل في الحديث عنها بعدّها "تكتيكات" الضعفاء". وعلى الرغم من ذلك هناك من يقول انه "كلما استطاعت الثقافات البديلة انتاج افكار ونظم جديدة للاتصال، بقيت بدائل، حتى في اطار منهج ابداعي للثقافة. وأن ما يجذب بعض الجمهور قد يبعد غيرهم. وهناك جدل دائر بين هذه الخيارات للاعلام البديل الذي يمارس فيه النقد، ويعد جزء من الانعكاسية الذاتية لمجتمع المعلومات"، ومن ناحية ثانية يولد أفكارا وصورا وأساليب لها أهميتها التجارية، وطرقا جديدة

---

(١) Herve Collet, Communiquer pourquoi, comment: Le Guide de la communication sociale (Paris Cridec, 2004), p.139. نقلا عن: المصدر السابق نفسه، ص٢٣٤.

(٢) Meikle, G. (2002) Future Active: Media Activism and the Internet. Pluto Press, Annandale NSW. نقلا عن: جون هارتلي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٧٢.



للتنظيم والتعاون والتدريب. "وربما كان الأكثر أهمية أن البديل يشير الى بعض الموضوعات الحساسة في الآليات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية*، التي صيغ تعبير الصناعات الابداعية كاجابة وتفسير لها، مثل التوترات بين المعارضة والحكومة"(1).

وعلى الرغم من ذلك تفتقر الصناعات الابداعية الى الوضوح، بالنسبة الى مجالها ومداها، ليس هناك اتفاق على حدود مقبولة، ومن المؤكد أن أي محاولة لشرح وتحديد الملامح المشتركة لأكثر الأشكال التي تفضلها الصناعات الابداعية ستكون منقوصة على الأغلب، وكما يؤكد امبرتو ايكو: "في كل قرن، تعكس الطريقة التي تقوم عليها الاشكال الاعلامية الطريقة التي يرى بها العلم والثقافة المعاصرة الواقع". وقد يعني هذا ان اشكال الصناعات الابداعية تعكس علم الشك، والنسبية، والفوضى "الأوصاف المشتركة للثقافة المعاصرة"(2).

ولنترك الأمر للممارسة والوقت، وعلى الاعلام العربي أن يقدم برامج يشعر فيها الجمهور بالثقة حتى يشرعوا في مشاهدتها، وأن يكون ساحة فكرية تلتقي فيه الآراء المختلفة، ونقاش انتاجي، يأتي بدافع الفضول الداخلي للجمهور، وفي ثقافة غير بصرية تتيح للعرب الاتصال بالمجتمع الدولي، فلسنا في حاجة الى المزيد من المعلومات، فالجمهور العربي في حاجة الى المزيد من الفهم، وابتداع المعلومات عملية انسانية، لاتقنية*.

ويحاول "الاعلام البديل" التركيز على حرية الرأي والتعبير ولكن كفاعل منتصر لا كفاعل منهزم أي كفاعل إيجابي انفلتت أفكاره ومواقفه من سلطة

---

* تتحدد الثقافة في الهند، الى حد كبير، بالفيلم. فهناك تراث في الهند لتناول مشكلات المجتمع من خلال الفيلم، ويعد مرجعا مهما للدراسات الثقافية. وفي التسعينيات من القرن الماضي، ظهرت قراءات مختلفة للفيلم والظلم الاجتماعي ويشهد حضورا كبيرا في السينما العالمية وعبر ثقافة التلفزيون، وتعد الهند الان ثقافة أغنية ولوحة لعرض ثقافة بصرية.

(1) موقع الديمقراطية المفتوحة. Karliner, J. (2001) Where Do We Go From Here? Open Democracy. http://www.opendemocracy.net (accessed November 6, 2001).

(2) دجون هارتلي، ((مصدر سبق ذكره))، ص14ص216.

* بتصرف، ((المصدر السابق نفسه))، ص121.

الرقابة والمتابعة، فعلى حد تعبير عالم الاجتماع الفرنسي ميشال كرزيه في كتابه "الفاعل والنسق" مهما بلغت درجة الضغوطات والإكراهات المفروضة على الفاعلين فإنّ لهذا الفاعل قدرة على الانفلات من تلك الضغوطات عبر هامش الحرية التي يخلقها هذا الفاعل أو عن طريق مقولة "مجال اللايقين"، وما الإعلام البديل إلاّ فضاء من بين الفضاءات التي يمكن للفاعلين الاعلاميين والاجتماعيين تحقيق جزء من الحريات المسلوبة[١].

وليس الإعلام البديل إعلاماً مستحدثاً، بل هو إعلام متطوّر ومتجذّر في تجربة الشعوب والأمم، ويتميّز بجملة من الخصائص التي من بينها: "**القدرة على التكيّف مع تطوّر وسائل الاتصال وتطوّر أدوات الرقابة والضغوطات الاجتماعيّة والسياسيّة، ويلاحظ المتمعّن في الحياة اليوميّة للشعوب تزامنه مع ظهور الإعلام الفضائي، وأيضا القدرة على التشكّل فكثيرا ما يظهر الإعلام البديل في الساحة الإعلاميّة في أشكال مختلفة، وفق المرحلة التاريخيّة التي يمر بها المجتمع ونوعيّة الفاعلين الذين يستعملون الإعلام البديل**"، ومن أبرز تلك الأشكال نذكر[٢]:

أولاً: الإشاعات والنكت الشعبيّة والسياسيّة والتي تعتمد عليها بعض الفئات الاجتماعيّة عندما تشعر أن الإعلام الرسمي لا يمنحها فرص التعبير عن مواقفها وتطلّعاتها، أو لا تستجيب لرغباتها، أو عندما تجرّم القوانين حريّة الرأي والتعبير، وتجعل صاحب الرأي الحر عرضة للمسائلة القانونيّة، فتصبح عبارة عن محاولة لإيجاد مخرج لتلك الضغوطات. لأجل ذلك ترتبط الإشاعات والنكت الشعبيّة بالظروف الاجتماعية والسياسيّة لمستهلكي ومنتجي تلك النكت والإشاعات، فنتيجة التهميش الاجتماعي وعدم تكافؤ الفرص الذي شعرت به الشعوب، لم تجد أمامها سوى النكت التهكّمية والاستهزائيّة

---

(١) د.سامي نصر، ((تحديات الاعلام البديل))، ٢٠٠٨/١/١٢م،
http://www.kalimatunisie.com/article.php?id=545

(٢) د.سامي نصر، ((تحديات الاعلام البديل ..مصدر سبق ذكره)).

لتدافع عن وجودها، وتتدرج ضمن آليات التعبير الرمزي لدى الفئات الفقيرة والمهمشة اجتماعياً وسياسياً. أمّا بالنسبة للنكت السياسيّة فإنّ أهم ما يميّزها هو الظهور الموسمي والمرتبط أساساً بالتظاهرات السياسيّة مثل الانتخابات والاستفتاءات وأحياناً ببعض الزيارات الرسمية التي يقوم بها الحكّام، والتجأت الفئات المهمّشة إلى إنتاج وإعادة إنتاج النكت السياسيّة المتضمنة للعديد من الدلالات الاجتماعيّة والسياسيّة"[1].

ثانياً: البرامج التلفزيونية، تسمى "برامج السخرية السياسية" التي تحاول أنّ تقارب الموضوعات السياسية والاجتماعية المكبوتة، وبلغة انفعالية قوامها الشكوى، التي توجه هجوماً ينتقد الكثير من السياسات الداخلية العربية والفردية، وايضاً البرامج التي تظهر عمليات مسلحة لجماعات تقاوم الوجود الأميركي في العراق "مثلاً" لم تلتقطها كاميرات القنوات التلفزيونية ولم تبثها وكالات الأنباء، وليس بوسع القنوات الفضائية التي تتسابق للحصول على تلك المشاهد بعدّها مادة خبرية أن تقدمها خبرا يقينا فتلك الصور لا يتسنى في الغالب التأكد من صدقيتها مع ذلك تجدها لا تملك بديلاً عن التعامل مع هذه النوعية المستحدثة من المصادرالحقيقة بالنسبة للإعلام البديل لاسيما في بلدان يخيم عليها رقابة شديدة مثل بلداننا العربية. ويدعو الاعلام البديل المشاهد إجباراً أن يكون طرفاً متحاوراً معه ولو عن طريق حوار الذات الإنسانية مع الأحداث التي تحتاج إلى امتلاك ملكة البصيرة قبل البصر"[2].

ويقود الإعلام البديل ظاهرة إبراز الحقائق، ويتعلق الامر ايضاً في برامج تهتم بفعاليات المجتمع المدني، ومدى انجذاب الإعلام نحو السلطة السياسية على

---

(١) د.سامي نصر، ((تحديات الاعلام البديل ..مصدر سبق ذكره)).

(٢) د.نهوند القادري، ((الخطاب الإعلامي السائد في المجتمع المدني))، ورقة عمل مقدمة من الدكتورة نهوند القادري في مؤتمر دور الاعلام البديل في المجتمع المدني وتمكين المرأة العربية /البحرين شباط/ ٢٠٠٦م نقلا عن: http://www.amanjordan.org/aman_studies/wmview.php?ArtID=1080

حساب المجتمع المدني، أو على صعيد مهنته في الحد من "التلوث الإعلامي"* الناتج عن تحالف السلطة مع المال مع الإعلام ومع الإعلان، ووقوع الاعلام ضحية للنظام الاعلامي كما يقول بودريار: "لم يعدّ الإعلام يعود للحدث أو الواقعة إنما الترويج لنفسه كحدث". وفي ظل هذه الظروف، تتشكل الاجندة الإعلامية، عن طريق الأحداث البارزة التي تفرض نفسها، ومن قبل السلطة السياسية، والمنطلق التجاري. ولهذا يتوجب من المجتمع المدني بذل جهود كبيرة ليكون جزءاً من الاحداث البارزة، فيغري الإعلام ويخيف الحكام، وإعادة الأمور إلى نصابها ليست مستحيلة[1].

ثالثاً: الإرساليات القصيرة الـ SMS message: الإرساليات القصيرة هي شكل آخر من أشكال الإعلام البديل، تمكن عن طريقها الفاعل الاجتماعي تحقيق هامشاً لابأس به من الحريّة، إذ لم تعدّ اليوم وظيفة الهواتف الجوالّة تقتصر على وظيفة التواصل عن بعد بل أصبحت تقوم بوظائف أخرى مثل إرسال دعوات التظاهرات السياسيّة والحقوقيّة والتعبير عن التضامن مع بعض الضحايا، ونشر المعلومات بطريقة سريعة وغير مكلّفة، وبذلك لم يعدّ احتكار وسائل الإعلام من طرف جهة معينة وحرمان بقيّة مكوّنات المجتمع المدني منها عائقا أمام نشاطها، وذلك بفضل هذه الارساليات القصيرة، بل أصبحت إحدى الوسائل الفعالة المستعملة في الحملات الانتخابية[2].

---

* تمثل عملية استهلاك وسائل الإعلام والعمل والنوم النشاطات الثلاثة التي تسيطر على حياتنا. ويأخذ الإعلام وقتاً كبيراً من حياتنا إذ يتعرض الفرد إلى ما يزيد على مائتين إعلان يومياً، كما يشاهد التلفزيون ويمكث أمامه أكثر من ست ساعات إلى جانب الإستماع للراديو وكذلك تصفح الصحف. ففرضت وسائل الإعلام نفسها على حياتنا، واستطاعت أن تغير العالم، وتترك آثارها وتداعياتها في الحياة السياسية والإقتصادية والإجتماعية للشعوب. كما تُحدث ثورة في التنشئة الإجتماعية للشباب. فالطفل الإمريكي، يكون قد شاهد حوالي ٢٠٠٠٠٠ الف عملية قتل واغتصاب وإعتداء في التلفزيون بإنهائه مرحلة التعليم الثانوي. وهذا ماسماه إغناسيو راموني رئيس تحرير "لوموند ديبلوماتيك" "بالتلوث الإعلامي". ومايقال على الطفل الإمريكي يمكن قوله على أطفال معظم دول العالم لأن الصناعة التلفزيونية وغيرها من الصناعات الثقافية تسيطر عليها شركات معدودة. نقلا عن: د.محمد قيراط، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٢.

(١) د.سامي نصر، ((مصدر سبق ذكره)).

(٢) المصدر السابق نفسه.



رابعاً: الانترنت: عندما نتحدّث عن الانترنت وعن الثورة الاتصاليّة والمعلوماتيّة وعن كيفيّة استثمارها وتوظيفها من قبل مكوّنات المجتمع، فإنّنا نتحدّث بالضرورة عن الصحف الالكترونيّة والتي لم تعدّ تنتظر الحصول على التأشيرة الحكوميّة ولم تعدّ الضغوطات والقيود القانونيّة عائقا أمام تحرّكاتها، بل أصبحت اليوم تشكّل أهم مجال لتجاوز كل تلك الخطوط الحمراء المفروضة من قبل السلطة التي تتخذ من الرقابة ومن التضيق على الأقلام الحرّة آليتها لفرض شرعيتها ونزع الشرعيّة من كل من فكّر في تجاوز تلك الصعوبات، والشيء نفسه بالنسبة للمواقع الالكترونيّة والتي على الرغم من الإمكانات الضخمة المسخرة من أجل مراقبتها وحجبها إلاّ أنّ حسن توظيف أصحاب المواقع جعلها تصمد وتواصل نشاطها وتقوم بدورها. ومن بين التطوّرات الأخيرة في عالم الانترنت وعالم الإعلام البديل نجد المدوّنات Blog والتي تعدّ مواقع الكترونية شخصية، يمكن توظيفها في كتابة المنشورات والكتابات والصور التي يتم تسجيلها ووضعها في المدوّنة وتوظيفها في نشر الأخبار والأحداث الهامة التي يرصدها صاحب المدوّنة، ونظرا لنجاحها وقدرتها على التعبير عن مطالب وتطلّعات الفئات المهمّشة تشهد المدوّنات تزايد في عددها وعدد مستعمليها، وأسهم هذا الإعلام في الآونة الأخيرة في جذب الأنظار لعدد من القضايا أثارت الرأي العام وأرغمت حكومات كثيرة في اتخاذ قرارات ضد رغبتها[1].

وتم ازالة الحدود والصراعات السياسية الكثيرة على يد الإعلام البديل فالمواطن الليبي على الرغم من الخلافات السياسية لدولته مع السعودية يشاهد حلقات "طاش ما طاش". وأهم إنجاز في الإعلام البديل هو الاهتمام بحق التعبير، وهو ما جعل فضائية مثل "الجزيرة" تستثير غضب الكثير من الحكومات العربية،

---

(1) سعيد بن جبلي، ((رصد الاعلام الجديد وعلاقته بالرأي العام- سلاح المهمشين العرب))، في ثالث أيام مهرجان القاهرة للإعلام، الثلاثاء ٢٠٠٧/١٢/٤م نقلا عن:

وأصبحت تضع في حساباتها هذه الوسيلة. فتداول الأحداث ذات التوجه السياسي أرغم بعض الحكومات على اتخاذ قرارات أو التراجع عن قرارات بسبب الاحتجاج الجماهيري. ويوجد ثلاث أصناف لمستعملي، "المتلقين او الجمهور"، الإعلام البديل[1]:

الصنف الأوّل: وتمثله الطبقات الشعبيّة المهمشة والفاقدة للزاد المعرفي أو التعليمي والذين يستعملون في العادة الإشاعات والنكت الشعبية والسياسيّة كإعلام بديل لها، ولما يوفره لهم من حصانة وعدم المسائلة القانونيّة لأنّ عمليّة تناقل النكت والإشاعات لا تتضمّن اسم منتجيها، إضافة إلى إمكانية تحويرها من متقبّل إلى آخر، ونصبح لا نميّز بين الراوي والمنتج.

الصنف الآخر: وتمثله فئة النخب سواء أكانت منتمية للأحزاب السياسيّة أو لمنظمات المجتمع المدني أو كانت مجرّد شخصيات مستقلّة. ونظرا لامتلاكها للزاد المعرفي والمستوى التعليمي والموقع الاجتماعي المتميّز فإنّ إعلامها البديل يكون عادة أكثر تطوّراً وأكثر انسجاماً مع مستحدثات المجتمع الذي يعيشون فيه، لأجله نراهم يستعملون الفضائيات والانترنت ويوظفون التطوّرات التقنيّة كلها لاسيما وأنّهم يشكّلون الركيزة الأساس للمجتمع المدني.

الصنف الثالث، ويتمثل في فئة النخب الشبابيّة المهمّشة أي أصحاب الشهادات وخرّيجي الجامعات. وعرفت الفئات الشبابيّة داخل المجتمع شكلين من التهميش، تهميش السلطة لها وتهميش المجتمع المدني لذلك تجد نفسها في مفترق الطريق إذ لا تنتمي للصنف الأوّل نظرا للزاد المعرفي والتعليمي الذي حصلوا عليه ولا للصنف الثاني وذلك لحرمانها من المواقع الاجتماعيّة المرموقة سواء داخل المجتمع أو داخل المجتمع المدني.

وأصبح الحديث عن قضايا الشأن العام لا يستقيم دون تفكيك آليات تشكل المجال الإعلامي، فالتعرض لمشاكل الناس محليا ودوليا هو كلام عن كيف نحاور الأنا والآخر، ولكل شخص الحق في تأسيس فضائية ومن حق أي

---

(١) د.سامي نصر، ((مصدر سبق ذكره)).

مجتمع وليس أية دولة أن يحدد آليات مراقبة تلك الفضائيات. وليس الإشكال في تأسيس فضائية بل في قيمة الإعلام المتعدد، والتشبث بالديني والترفيهي هو علامة على إنحسار الإعلام المتعدد الذي يعكس قضايا المصلحة العامة، أما عن الخلفية التجارية فهي أساس الصناعات الإعلامية فليس كل ما هو تجاري في الإعلام سيئاً بالضرورة، **فيكمن الإشكال في كيف نوفق بين التجاري حتى يتواصل المشروع الإعلامي وبين أهداف المؤسسة الإعلامية، "وإن تحولات الإعلام العربي متعددة الأوجه ولاسيما الثقافية والسياسية وعلى أمل أن تتحول تدريجيا إلى هاجس فكري ذي صلة بقضايا تحديث المجتمع والدولة وليس فقط الوقوف عند دائرة التوظيف الحيني. إذ اصبح السياسي يفرد أهمية في إدارته للشأن العام لقيمة الإعلام، وكذلك عند فئات مجتمعية أخرى، ويعدّ هذا عنصر حيوي يجعلنا ندخل في حلقة جديدة إسمها تواصل الأفكار والبرامج بين الناس وصاحب القرار وذلك بغض النظر عن وجاهة أو ضعف تلك الآراء. إن تحويل قضايا الشأن العام إلى هم يومي على واجهة وسائل الإتصال مرحلة مهمة لأي إمكانية للتغيير". "ويؤدي عرض الأفكار حتماً للتعدد، والتعدد هو طريق التواصل والحوار بين الناس. وأصبحت شيئا فشيئا توجد رغبة ربما تبدو محتشمة لإعلان قضايا خلافية في المجتمع للعموم، وهو مدخل الديمقراطية والجدل الإجتماعي الذي يمكن عن طريقه القيام بالإصلاح والمصالحة بين النظام السياسي ورعاياه من زاوية تواصلية إعلامية، وأننا اليوم وإذا ما أردنا أن نفهم الإعلام علينا أن لا نكون متفرجين بل أيضا ناقدين أي أن لا نكون أمام وسائل الإعلام بل خلفها أي داخل المجتمع ومكوناته"[1].**

وبينما تقل قيمة المنتج الصناعي بالاستعمال، يحدث العكس تماما في حالة المنتج الثقافي. فالفيلم، أو الكتاب، أو البرنامج التلفزيوني، تزيد قيمتها كلما استخدمتها أعداد متزايدة من الجمهور. ومن هذا المنطلق، يمكن عدّ الثقافة اساس التنمية، لأنه لأول مرة في التاريخ الحديث تشكل القدرة على تقديم أفكار جديدة

(١) د.جمال الزرن، ((تدويل الاعلام العربي، الوعاء ووعي الهوية))، دمشق، دار صفحات، ٢٠٠٧م، صفحات متفرقة.

وأشكال جديدة للتعبير، وليس الأصول المعدنية والزراعية والصناعية، قاعدة مصادر القيمة في المجتمع. ولا يمكن بحال النظر الى الثروة الثقافية من منظور فهمنا التراثي الشائع، كشيء ثابت، يوزع على نطاق واسع، بل كمعيار للحيوية والمعرفة، لانتاج الأفكار. فمع دخول الامة العربية مجتمع المعرفة العالمي، يجب أن يرتكز الاهتمام الثقافي على تشكيل البيئة السليمة في "السياسة، والجوانب القانونية، والمؤسسية، والتعليمية، والبنية التحتية، وحرية الحصول على المعلومات، والتعبير الحر ...الخ"، **"ويكمن التحدي الماثل أمام الامم كلها في كيف تؤسس بيئة للتفكير الابداعي في جوانب الحياة كلها، والأمم التي تخفق في مواجهة هذا التحدي، ستتحول ببساطة الى مستهلك سلبي لأفكار منبثقة من أمم اخرى بصورة ابداعية، وقادرة على استغلال الأشكال الابداعية الجديدة تجاريا"**[1].

وستحتاج كل أمة، الى صناعة سمعبصرية متنوعة تتمتع بالحيوية، وصناعة نشر، وصناعة فكرية، وكوادر فنية ديناميكية "فنانين، ومصممين، وكتاب سيناريو، والرسامين، والموسيقيين، ومنتجي الافلام، والمخرجين، والممثلين، والملحنين، والمهندسين، والعلماء، والباحثين، والمثقفين..."، اذا أرادت أن تنمي مضمون وسائطها المتعددة وقطاعاتها الثقافية، وتمتلك الأساس المعرفي الذي يمكنها من النجاح في الاقتصاد الجديد، وعدم الاعتماد على أفكار منتجة في مكان ما. ويبرر هذا الواقع المتغير، بطريقة غير متوقعة، مبادىء المجتمعات الساعية الى حماية مشروعاتها للمضمون باسم البقاء الثقافي والسيادة، إذ ان المهم ليس الميراث الثقافي، وانما القدرة على ابداع اشكال جديدة منه[2].

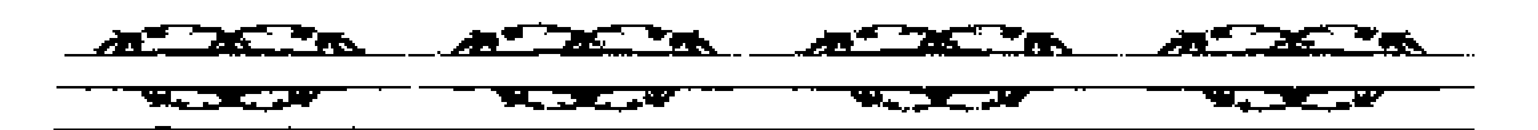
تاسعا: خواص الممارسات الابداعية للصناعات الابداعية

١- **الممارسات الابداعية تتضمن التفاعلية "الاعلام الجديد"**: طريقة حديثة للغاية للربط بين الأشياء، يشاهد الجمهور التلفزيون، ويجب ان يكون هناك انتقال مفاجيء للمشهد، واذا لم يلجاء المعد الى هذا، فسيصاب الجمهور بالملل، وعلى

---

(١) د.يحيى اليحياوي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٩٤.

(٢) مجموعة مؤلفين، ((تقرير نظرة على الاعلام العربي..مصدر سبق ذكره))، ص٤٨.



حد قول روبرت لوياج "ان لهم الآن عقولا رياضية، وفهما رياضيا للاشياء. ولتزويد هذه العقول الرياضية، يسعى المعد لبناء معنى لدى الجمهور، معنى يجعلهم يشعرون بأنهم يغيرون الحدث". ويؤدي هذا الى تغيير شكل البرنامج "عدة اشكال في شكل واحد"، وايضا الارتجال[1].

وتطرح أوجه التنظير للإعلام الجديد تساؤلات حول مفهوم ***New Media*** وممارساته فهل تعبر مرحلته هذه عن انتقال أدوات الاتصال وتطبيقاته من المؤسسات إلى الجمهور؟ أو كما يرى البعض بظهور أنماط جديدة من الأشكال الإعلامية في التلفزيون والإذاعة مثل برامج الحوار الحي في الراديو والتلفزيون ***Live Talk Show***، وفي ظهور نمط الأخبار الحية المباشرة[2].

٢- الممارسات الابداعية تشمل مواقع وأشكالا جديدة من الانتاج الثقافي: تتيح التحولات التي ادخلتها التقنيات الجديدة فرصة نشر الاشكال الاعلامية. ونجد في مركز هذه التحولات القدرة الحاسمة للاعلام الرقمي "الاذاعة، والهواتف النقالة، والتلفزيون، والبريد الالكتروني، والألعاب، والمواقع الالكترونية" على استقبال ونقل المضمون. فتستطيع الهواتف النقالة، على قراءة وارسال النص، والصوت والصورة، وتعدّ من أحدث منابر العمل الابداعي. وشاشة الكمبيوتر كذلك، ثالث شاشة بعد الشاشة الكبيرة "السينما" والشاشة الصغيرة "التلفزيون"، فهي تعدّ بالكثير، لاسيما عندما تتصل بالهاتف النقال والتلفزيون[3].

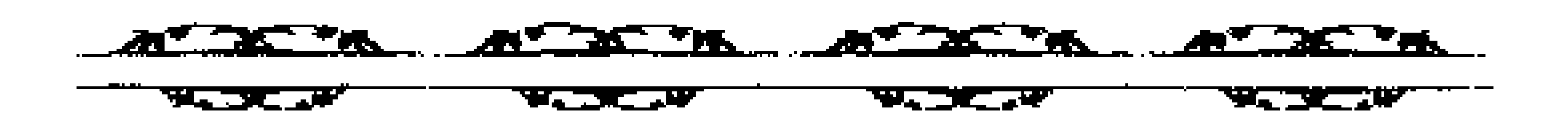
٣- الممارسات الابداعية تتجه نحو تعددية الانظمة، ووسائل ترويج متقاطعة للتوزيع: يركز كثيرون من الفنانين ومعدي البرامج الحية جهودهم في الانتاج الفني. في

---

(١) د.عباس مصطفى صادق، ((التطبيقات التلفزيونية المستحدثة في منظومة الاعلام الجديد))، ٢٠٠٩/٢/٢٢م، نقلا عن: http://www.new-media-chair.com/

(٢) المصدر السابق نفسه.

(٣) جون هارتلي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٢٣ص٢٢٤.



خلق عمل لجمهورهم، ويساعدهم نظام الصناعات الابداعية على توزيع اعمالهم بعد انجازها، وهناك نماذج لنظم التوزيع الابتكارية آخذة في الظهور. فمثلا تعرض البرامج الحوارية عرض مباشر "حي" على التلفزيون، وتثرى البرامج بواسطة موقع الكتروني ومنتديات للنقاش، والتدفق الحي عبر الانترنت، ومقتطفات تسجيلية في أرجاء العالم، والرسائل القصيرة، والتصويت عبر الهاتف، مما يؤدي الى توسيع خبرة الجمهور[1].

٤- الممارسات الابداعية ليست بمعزل عن التجارة: وتتمثل السمة الاخيرة للممارسات الابداعية في ان الانتاج الثقافي لن يعمل منفصلا عن واقع التجارة. فالتبني والرعاية والدعم كلها وسائل لتمويل العمل، والمستثمرين الثقافيين، في طليعة الاقتصاد الجديد، يتطلعون الى أساليب جديدة لتنمية مشروعاتهم*. فمثلا عينة البحث "برنامج "حوار العرب" برعاية مؤسسة الفكر العربي، وبرنامج "بلا حدود" استثمار ثقافي فردي من قبل مقدم البرنامج احمد منصور، إذ يقوم بعد مدة بتحويل حلقات البرنامج الى سلسلة من الكتب، وبرنامج "الحياة السعيدة" بدعم من اكاديمية الحياة السعيدة ومختصة ببرامج التنمية البشرية، فدعمها للبرنامج بمثابة اعلان للاكاديمية لانها تقوم باقامة دورات تدريبية وتفاعلية في برامج التنمية البشرية، وفي ادارة المؤسسات".

عاشرا: المدن الإبداعية

"تتمتع المدن الابداعية بوجود قطاع فنون وثقافة حيوي، وقدرة على توليد فرص العمل والانتاج في الصناعات الثقافية[2]. وفضلاً عن ذلك أن المدن الابداعية

(1) بروك نويل موور و كينيث برودر، ((الفلسفة قوة الأفكار، أفكار مؤثرة.. مصدر سبق ذكره))، ص١٢.

* تحول "باب الحارة" إلى علامة تجارية لمنتج ثقافي عريق، فقد قام ٢.٥ مليون عربي بزيارة "باب الحارة" في منتجع "الريف الدمشقي" في سوريا لمعايشة المكان الذي تم فيه تصوير الأجزاء الثلاثة، وعلى صعيد الإنتاج، كان سببا لبيع أكثر من ٣٠ مسلسلا سوريا يتحدث عن بيئة الشام القديمة.

(2) جون هارتلي، ((الصناعات الابداعية ... مصدر سبق ذكره))، ج٢، ص٩.



تسلط الضوء على أهمية الاقتصاد الذي يحركه الاستهلاك والانتاج الثقافي، ولاعادة تطوير الصناعة عن طريق الثقافة، لإن كل تطور هو ثقافي، إذ يعكس طريقة الناس في فهم مشكلاتهم والفرص المتاحة أمامهم. فالثقافة لها مكانتها الأساس، لأنها "المجموع الكلي للحلول الأصيلة التي تبتكرها جماعة من البشر للتكيف مع بيئتهم وظروفهم"، "والمدن التي تستثمر بنجاح في تجديد الثقافة تفعل هذا لا لمجرد تحقيق نمو اقتصادي، بل لخلق احساس متجدد بالانتماء والهوية"[1].

وتعدّ المدن الاقتصادية المتخصصة، من المدن الإبداعية، وهي إحدى أهم وسائل الجذب الاستثماري، ولعل من أبرزها "المدن الإعلامية" المتخصصة التي تسابقت في تقديم التسهيلات للمؤسسات المختلفة، في ظل الاقتصاد القائم على المعرفة وانتشار تكنولوجيا المعلومات. وتتميز المدن الإعلامية في المناطق الحرة بأنها تعطي أصحاب المؤسسة الإعلامية ملكية لمؤسساتهم، فضلاً عن ذلك إلى إعفاءات ضريبية تصل لمدة ٥٠ عاماً، والدعم التكنولوجي والإبداعي وتوفير آلاف الوظائف وملايين الدولارات من الاستثمارات. وسجل قطاع الإعلام والاتصالات في العالم العربي ثورة حقيقية بفتح المجال أمام القطاع الخاص لإقامة مناطق إعلامية حرة شكلت مرحلة نوعية في الإعلام العربي الذي ظل لعقود عاجزاً عن تلبية حاجيات الفرد العربي وتطلعاته، ففتحت المجال لانتشار مزيداً من الصحف والفضائيات[2].

ويوجد في العالم العربي خمس مدن إعلامية رئيسة وهي، المدينة الإعلامية في دبي أسسها الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس الإمارات العربية المتحدة وحاكم دبي عام ٢٠٠١م[3]، ومدينة الإنتاج الإعلامي في القاهرة، ومدينة الإعلام الحرة في الأردن، وأخرى في لبنان، ومثلها في

---

(١) المصدر السابق نفسه، صفحات متفرقة ص٢ اص١٢ص٢٨.

(٢) برنامج ((التقرير مع حسين شبكشي، المدن الاعلامية العربية))، قناة العربية الفضائية.
http://www.alarabia.net/Articles

(٣) ٢٠٠٨/٢/١٨م http://ar.wikipedia.org/w/index.php



المملكة المغربية. وإن بدت التسميات قريبة من بعضها، إلا أن مدينة الإنتاج في القاهرة، تختص في جانب الإنتاج السينمائي والتلفزيوني، وهي شركة مساهمة. أما المدينة الإعلامية في الأردن، فقد أسسها القطاع الخاص. فيما تأسست مدينة دبي بمبادرة ودعم حكومي، وإن كانت مدينة دبي حديثة العهد كغيرها من المدن الإعلامية، إلا أنها استطاعت أن تتصدر القائمة، بل لا تكاد تجد منافساً لها، وباتت مقصداً للشركات العالمية والعربية الإعلامية[1]*.

وتؤكد مصادر المنطقة الإعلامية الحرة في الأردن أن ما تم إنجازه حتى الآن يعد جزءاً بسيطاً من مشروع مهم، يتم العمل حالياً على تطويره، وتؤكد الإحصائيات الواردة من الأردن، "أن هناك ٣٠ قناة فضائية فيها، بعضها مملوكة لشركة راديو وتلفزيون العرب، فضلا عن ذلك لأربع قنوات تجارية حالياً وهي: الموسمرية، الديار، نورمينا، سمارتس واي "قناة النجاح"[2]**.

تحتل مدينة دبي للإعلام مكاناً متقدماً في المنطقة على صعيد تكنولوجيا المعلومات لاسيما بعد إنشائها مدينة دبي، وتتواجد بها نحو ألف شركة إعلامية، فضلاً عن أنها توظف

(١) http://www.dubaimediacity

* وتشير الإحصائيات الصادرة عن إدارة مدينة دبي الإعلامية **DMC - Dubai Media City**، إلى أن نسبة الإشغال فيها، بلغت ١٠٠٪، وهناك نية للتوسع لاستقطاب أعداد أكبر من الشركات. لقد سجلت المدينة نمواً بنسبة ٢٣٪ العام الماضي"٢٠٠٧م"، ووصل عدد الشركات المسجلة فيها ٩٦٠ شركة، و٢٤ برجاً، وتعدّ من المدن المرشحة لتكون مدناً متكاملة، مدينة تختص في قطاعات الإنتاج وأخرى فيما بعد بالإنتاج والبث الفضائي. ومن المشاريع، التي تم الإعلان عنها مؤخراً هي مدينة دبي للاستوديوهات، والتي ترمي إلى استقطاب جزء من صناعة السينما العالمية، التي يبلغ معدل نموها السنوي حوالي ٦٪، ويقدر حجمها بحوالي ٦٥ مليار دولار، وهو الحجم، الذي يُتوقع أن يصل إلى ٨٧ مليار دولار بنهاية عام ٢٠٠٧م، وتشير الدراسات إلى أن ٢٣ملياراً من إجمالي هذه الصناعة في عام ٢٠٠٧م، سيكون مصدره منطقة أوروبا والشرق الأوسط وشبه القارة الهندية. واوضح عبدالحميد جمعة، الرئيس التنفيذي لمدينة دبي للإعلام، "أن هذا المشروع يلبي متطلبات مجتمع العمل الإعلامي". وقال: "لقد شهدنا نمواً ملحوظاً في الطلب من قبل المؤسسات التلفزيونية، والتي وصل عددها إلى ٤٠ مؤسسة، يصدر عنها أكثر من ٨٠ محطة تلفزيونية، تتنوع ما بين عامة وإخبارية ومتخصصة، وأن ٢٠٪ فقط من مواد تلك المحطات يتم إنتاجه في دبي، لذا أجرينا استطلاعاً للرأي، ووجدنا أن حوالي ٨٠٪ من تلك المؤسسات، يتطلع إلى اتخاذ دبي كمركز لإنتاجهم التلفزيوني، ولذلك أعلنا عن مدينة دبي للاستوديوهات".

(٢) موقع فكر ٧ للتنمية الثقافية. http://www.fikr7.org



٢٥ ألف عامل، وتؤدي مدينة دبي للإعلام دوراً هاماً في إنعاش الحركة السياحية للإمارة الصحراوية عن طريق احتضانها لمهرجانات إعلامية وسينمائية عربية ودولية. ويذكر أن مدينة دبي للإعلام نجحت منذ تأسيسها في عام ٢٠٠١م، في تكوين مجتمع إعلامي فريد يضم أكثر من ١٢٠٠ شركة إقليمية وعالمية تغطي أنشطتها تخصصات العمل الإعلامي المختلفة. "ويأتي الإبداع في مقدمة اهتمامات المدينة نظرا لحقيقة أن الإبداع بمثابة حجر الأساس الذي يرتكز عليه بناء العمل الإعلامي ومرشدا يهدي الطريق إلى ثروة حقيقية من العقول المبدعة. وتعدّ الموهبة المطلب الأول في المجتمع الإعلامي، ولاشك أن مثل تلك المشروعات البناءة تقدم خدمة مزدوجة في ناحية مساعدة العناصر المبدعة وأيضا في منح مؤسسات الإعلام الفرصة لدعم ومساندة هؤلاء المبدعين، فمدينة دبي للإعلام هي المرادف الموضوعي لحرية الإبداع[1]".

وعلى الرغم من المزايا جميعها التي تقدمها هذه المناطق، "إلا أن المراقبين يتوجسون من تحول هذه المناطق إلى مرتع للشركات التي تبتعد عن هدفها الإعلامي بالبحث عن أسرع طرق للربح، مما يتعين اتخاذ تشريعات تأخذ في الاعتبار عملية فرز للمؤسسات الإعلامية التي تتقدم بالطلب للتواجد ضمن المناطق الإعلامية، لانه تجاوزت المدن الإعلامية أهميتها كمنبر للديمقراطية وحرية التعبير لتتحول إلى مشاريع استثمارية ضخمة من شأنها جذب مزيداً من رؤوس الأموال المهاجرة العربية والأجنبية[2]".

"وتعدّ قضية المدن الإعلامية العربية قضية شائكة، فليست إدارة قطاع الإعلام نفسها لقطاع السياحة أو النفط، فيشكل الإعلام الرأي العام ويمكن الإنسان من أن يكون حرا ويسهم في تقدم الشعوب وتحضرها. وتجمع المدن الإعلامية العربية شركات غربية وتسوق لتقنياتها، وتجمع لفضائيات تدفع رسوم لدولة المنشأ، وتصريح ببث مضامين التسطيح الفكري في زمن تعبر المنطقة العربية

---

(١) ٢٠٠٨/٢/١٨م. http://ar.wikipedia.org/w/index.php

(٢) د.جمال الزرن، مدونة معقد وراء التلفزيون.٢٠٠٧/١/١م.

http://jamelzran.jeeran.com/archive/

في مفترق تحدي تاريخي يتعلق بنهضتها وهويتها. وتثير إشكالية المناطق الحرة للإعلام إشكالية الإزدواج التشريعي، فوسائل الإعلام المحلية تخضع لقانون المطبوعات ووسائل الإعلام التي تبث من المنطقة الحرة تخضع للقانون الأساس المنظم لهذه المنطقة. ونعرف أن الدول التي توجد بها مناطق حرة للإعلام لا توجد بها قوانين للبث الفضائي والتلفزيوني، وهي مفارقة تتعلق بسيادة الدولة. كما أن من وظائف المدن الإعلامية توفير أرضية للصناعات الإعلامية والثقافية وهو ما لم ينعكس على حال الإعلام العربي بل إنعكس على الشركات الإعلامية الغربية ونجاحها في تسويق منتجاتها[1]".

احدى عشر: الملكية الفكرية

تأتي حماية حقوق الملكية الفكرية بمثابة علامة مميزة لأسس التنمية في دول العالم، لأنها تتعامل في الواقع مع ما تنتجه العقول البشرية والتي تعدّ محفزاً على زيادة الابتكارات، وليست حماية حقوق الملكية الفكرية بالأمر الجديد بل كان معمولا بها عبر تشريعات دولية قديمة وتناولتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية*، والتي تقوم بدور بناء في مساعدة الدول الأعضاء في إطار حماية الملكية الفكرية. وتعبير: "الملكية الفكرية" هي ترجمة التعبير الإنجليزي **Intellectual Property** يشتمل فنيا على نوعين من الملكية هما: الملكية الصناعية **Property Industrial** والملكية الأدبية والفنية **and Artisics Literature Property** إذ يشمل الملكية الصناعية: براءة الاختراع والنماذج والرسوم الصناعية

---

(1) المصدر السابق نفسه.

* تعدّ معظم الدول العربية، التي كانت مشاركة في حق المؤلف العثماني الذي صدر عام ١٩٠٦م أعضاء في أهم ثلاث اتفاقيات عالمية لحماية الملكية الفكرية، وهي: اتفاقية باريس للملكية الصناعية عام ١٨٨٣م، واتفاقية برن للملكية الأدبية عام ١٨٨٦م، واتفاقية إنشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية "ويبو" التي وقعت في استكهولم في ١٤/ تموز ١٩٦٧م وعدلت بتاريخ ٢٨/ أيلول ١٩٧٩م، وهي إحدى الوكالات الستة عشر المتخصصة في منظومة الأمم المتحدة، ومقرها في سويسرا، وتدير ٢٣ معاهدة دولية معنية بمختلف جوانب حماية الملكية الفكرية، وتضم في عضويتها ١٨١ دولة.

نقلا عن: http://www.wipo.int/treaties/ip/index



وأسماء المحلات التجارية وغيرها، وتشمل الملكية الأدبية والفنية ملكية القصص والأشعار والانتاج الاعلامي بكافة اشكاله[1].

ويقصد بالملكية الفكرية: "كل الحقوق القانونية الناشئة عن أي نشاط أو جهد فكري يؤدي إلى الابتكار، وعادة ماتصدر قوانين لحماية الملكية الفكرية لسببين أولهما: إضفاء الطابع القانوني على الحقوق المعنوية والمالية للمبدعين "المترجم، والشاعر، والناقد، والباحث، والمغني، ومعد البرامج، والموسيقار، والنحات، والملحن، ومهندس النظم الالكترونية، والمؤسسات الاعلامية، ودور النشر، والمؤلفون المعنيون، والفئات التي يؤول إليهم حق المؤلف كالورثة،..." بما يضمن لهؤلاء تمتعهم بثمار إبداعهم. وثانيهما: النهوض بالنشاط الابتكاري ونشر نتائجه وتطبيقاته[2].

وتأتي أهمية حقوق الملكية الفكرية، نتيجة تطور المجتمعات في نواحي الحياة، والتطورات المتسارعة في شبكة الإنترنت في توفير كميات هائلة من المعلومات وإتاحتها إلكترونياً. ويعدّ أمر حماية الملكية الفكرية في العصر الالكتروني أمراً مهماً، لأن هذا العصر جعل من القيام بعملية النسخ أمراً سهلاً، بتحويل أية بيانات سواء صوت أو فيديو أو نص إلى سلسلة من الأصفار والآحاد ويتم نقلها عبر شبكات المعلومات وبأستخدام هذه التكنولوجيا يمكن إنتاج عدد لانهائي من أي مطبوع وتوزيعها على ملايين الأفراد حول العالم[3].

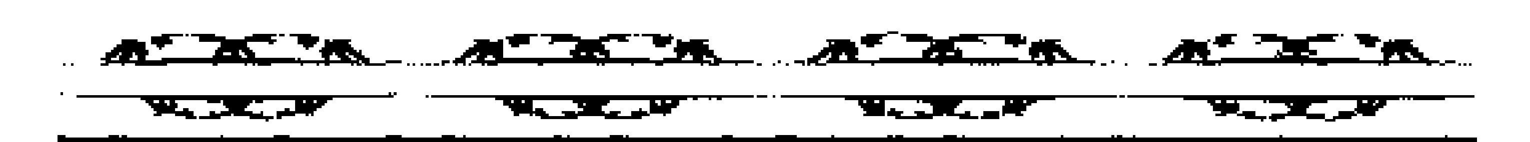
ويتحول الإبداع الأدبي والفني إلى منتج ثقافي مادي "الصناعات الابداعية"، يبرز الجانب الصناعي والتجاري، وهو مايوصف بالمصنفات الأدبية والفنية، "القصة والرواية والشعر والمؤلفات الكتابية الأخرى، الموسيقى، التشكيل والنحت والعمارة، الأعمال التصويرية، ثم المصنفات السمعية البصرية، الكتب، المصنفات المكتوبة مثل الدراسات والمقالات، برامج الحاسب الآلي، المحاضرات والخطب

---

(١) د. جورج جبور، ((في الملكية الفكرية- حقوق المؤلف))، بيروت، دار الفكر المعاصر، ١٩٩٦م، ص١٩.

(٢) مجموعة مؤلفين، تحرير: د.أبو بكر محمود الهوش، ((المعلومات والتنمية... مصدر سبق ذكره))، ص٢٩٥ص٢٩٦.

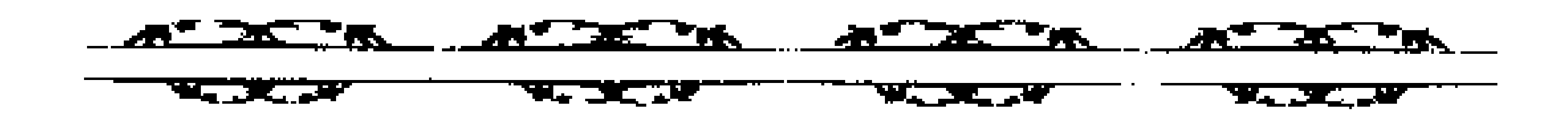
(٣) المصدر السابق نفسه، ص٢٩٩.



والمواعظ، المصنفات السمعية والتمثيلية، مصنفات الرسم بالخطوط والألوان، مصنفات البرامج التلفزيونية والاذاعية، الافلام، المصنفات الفوتوغرافية، الصور التوضيحية، الحكايات والأحاجي والألغاز والأشعار الشعبية وكل المأثورات، الأغاني، الرقصات الشعبية والطقوس، انواع الطعام". ويعدّ مجال الملكية الفكرية من مجالات التجارة الدولية منذ مدة سابقة، وكما أشار الإعلان العالمي لحقوق الإنسان إلى أهمية حقوق الملكية الفكرية ١٩٤٨م. وتتمثل الحقوق في دفع مقابل مادي لصاحب المنتج الفكري، فضلاً عن ذلك إلى بعض الحقوق الأخرى مثل وضع اسم المؤلف. وأشار تقرير "اليونسكو" إلى أن أمريكا تنتج ٧٥٪من البرامج الثقافية المنتجة في العالم، ولا تستورد إلا ٢٪، أما أوروبا تستورد٣٠٪، وتستورد الدول العربية أكثر من ٥٠٪. كما أشار إلى أن أكثر من ٧٥٪ من الاعتداء على الملكية الفكرية يتم في الدول النامية، ويبدو أنه السبب الحقيقي وراء تبنى الولايات المتحدة لمشروع الحماية الفكرية. وفي إشارة إلى إنتاج الفيلم الروائي عام٢٠٠٢م، بلغ في الاتحاد الأوروبي ٦٢٥ فيلما، و٤٤٩ فيلما في الولايات المتحدة، و٢٩٣ فيلما في اليابان، ويتضح أن الولايات المتحدة هي أكثر البلدان إنتاجاً[1].

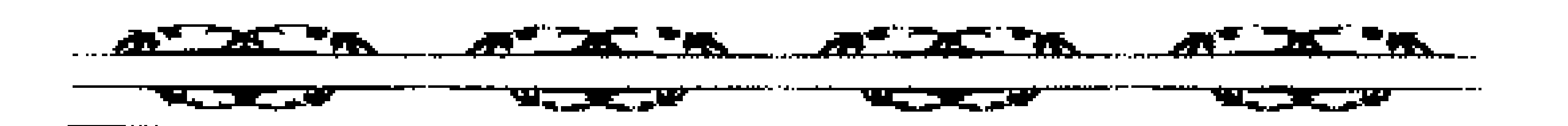
---

(١) السيد نجم، ((حقوق الملكية الفكرية))، ٢٠٠٩/٣/٦م. http://www.nashiri.net/index.php



الفصل الثالث

ثقافة الفضائيات العربية



المبحث الأول

المشهد الإعلامي للبث الفضائي العربي

أولا: المشهد الفضائي العربي

عرف العالم العربي التلفزيون في خمسينيات القرن الماضي، وكانت دولة العراق أولى الدول العربية التي ظهرت بها المحطات التلفزيونية عام ١٩٥٦م، ثم تتابع ظهور التلفزيون بالدول العربية الأخرى، وتأخر ظهور التلفزيون في موريتانيا الى عام ١٩٨٤م. وتصل الفجوة الزمنية بين تاريخ معرفة أولى الدول وتاريخ معرفة آخر الدول العربية حوالي "٢٨" عام، ويعكس هذا حالة التباين مابين الدول العربية في النمو الاعلامي المتصل باحدى الوسائل الاعلامية الأكثر أهمية بالنسبة للمواطن العربي*[١].

ويوجد أربعة قوانين تحكم نمو وتطور هذه الوسيلة داخل الوطن العربي[٢]:

١- **النظر للتلفزيون كرمز معبّر عن الاستقلال**: "ارتبطت نشأته بحركات التحرر الوطني".

٢- **عدّ التلفزيون الآلية الأهم للسيطرة على الرأي العام.**

٣- **التحفظ في اقرار مبدأ التعددية في مجال التلفزيون.**

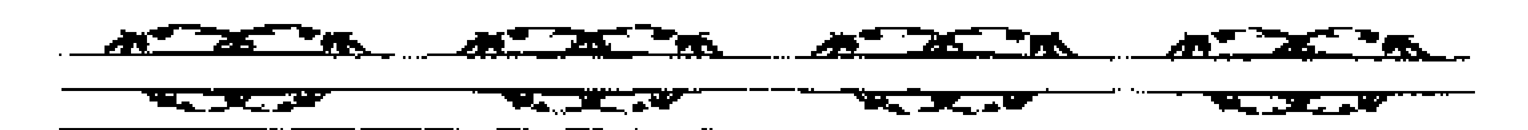
٤- **السيطرة الحكومية على التلفزيون بصورة مباشرة وغير مباشرة.**

---

* انظر الملحق بين افتتاح أنظمة التلفزيون الوطني بالدول العربية.

(١) التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٥٨.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص٢٦٠.



وقد ظلّ التلفزيون داخل الدول العربية يعتمد على تقديم خدماته الأرضية عبر عدد محدود من القنوات حتى عام ١٩٨٤م، عندما تم اطلاق القمر الصناعي العربي "عربسات١" ليدخل التلفزيون العربي عصر الفضاء في مدة زمنية قصيرة من تاريخ معرفة العرب للتلفزيون الأرضي. وولدت فكرة إنشاء قمر صناعي عربي في اجتماع لمجلس وزراء الإعلام العرب عام ١٩٦٧م في مدينة بنزرت بتونس، ولم تهز هزيمة ١٩٦٧م من قناعات العرب بضرورة إيجاد جهاز اتصالي عربي مشترك يعكس القناعات القومية، وقد تبنى اتحاد إذاعات الدول العربية فكرة الاستعانة بتكنولوجيا أقمار الاتصال في أول اجتماع له في الخرطوم عام ١٩٦٩م. وكان الحلم في إنشاء شبكة تلفزيونية تجمع بين جميع الدول العربية، لكن الخلافات العربية - العربية لم تترك مجالا لتنفيذ هذا المشروع الطموح، وتم في عام ١٩٨٠م إطلاق أول قمر من أقمار عربسات، الذي وضعته شركة ايروسبسيال الفرنسية، وقد خرج القمر عن مساره. ويمكن القول إن بداية **عصرالفضاء العربي** حينما أسس التلفزيون المصري مشروعا مشتركا مع محطة CNN الإخبارية الأميركية وشركة الكوابل المصرية عام ١٩٩٠م لكي تستقبل برامج CNN وتعيد إرسالها عن طريق الشبكة الأرضية المصرية[1].

ودخل التلفزيون الفضائي المنطقة العربية بواسطة الشراكة المحلية "**للقيام بدور الوسيط الذي يسهل عملية نفاذ الرسائل إلى الجمهور عن طريق إكسابها** شرعية مع الشركات الاتصالية العالمية"، وراح عمالقة التلفزيون يتصارعون عليه مثل ***BBC*، و*CNN*** التي يملكها تيرنر، ما يعني إدخال المنطقة في ميدان الصراع الاستراتيجي بين عمالقة التلفزيون في العالم، ولهذا وجدت المنطقة العربية نفسها في وضعية تتميز بالأمور التالية[2]:

١- ليس بإمكانها منع هذه الفضائيات من اختراق الحدود.

---

(١) د.سامي الشريف، ((الفضائيات العربية/رؤية نقدية))، القاهرة، دار النهضة العربية، ٢٠٠٤م، ص١١ص١٢.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص٥٧.



٢- ليس من وقت كاف لوضع خطط للمواجهة، فالتقنية متسارعة والاتصال المتبادل والمتفاعل مع المشاهدين أصبح أمرا حتميا.

٣- ليس من حدود بين صناعة النشر والمعلومات والترفيه.

ويمثل عام ١٩٩٠م علامة في تاريخ القنوات الفضائية العربية، ففي هذا العام بدأ بث القناة المصرية في ١٢/ نيسان. وبداية من ١٩٩١م بدأت القنوات المختصة في الظهور على الفضاء العربي*، وتكشف هذه الظاهرة عن تميز غير مسبوق بين المجالات الوطنية والإقليمية والعالمية لمجموعة اعلامية عربية تتنازعها اطر مرجعية مختلفة تتقاطع فيها النزعة الإسلامية والقومية والوطنية والمنافسة المالية، وهي بالتالي متداخلة يصعب فصلها(١).

وانبهر الجميع في البدء بظاهرة الفضائيات، وتوقعوا إن تمهم في تعزيز التفاهم بين المجتمعات العربية، وتكون فوق خلافات الأنظمة واحتكار السلطات للمعلومات، لكن سرعان ما تبين أنها توقعات مفرطة في التفاؤل، ولأسباب عدة أهمها غياب الرؤيا والتخطيط الاستراتيجي، وهذا ما يبدو من تصريحات بعض المسؤولين عنها*. وعبرت هذه التصريحات عن نظرة مختزلة للجمهور العربي على انه

---

* انظر الملحق يوضح أبرز شبكات التلفزيون الفضائي العربي غير الحكومية.

(١) مجموعة من المؤلفين، إشراف فرانك مرمييه، ((الفضاء العربي/الفضائيات والانترنت والإعلان والنشر))، ترجمة: فردريك معتوق، دمشق، دار قدمس للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢م، ص١٦.

* يقول صالح كامل: "رؤيانا لرسالة MBC هي توفير ركيزة للاتصال التلفزيوني تغطي كيانات الوطن العربي وتوثق الروابط بين ابناء الوطن العربي الاسلامي لاضفاء عنصر الترفيه والترويج بما يجنب المشاهد العربي بعيدا عن البرامج التي لاتتماشى واخلاقياتنا، ويقول في سياق اخر: لقد دخلتْ مجال المحطات الفضائية من منطلق الواجب والمصلحة العامة، ولاننا نريد ان تكون محطاتنا مشوقة وتقف حاجزا امام المحطات التي تقدم مواد سيئة. "وانا لا استطيع ان اقول ان محطاتنا تقدم كل شيء مئة بالمئة اسلامي يرضى عنه ضميري، ولكن لوعملت المحطة بالمقاييس التي ترضي ضميري، فلن يشاهدها احد، ولتحول المشاهد الى القنوات الاخرى". "ويصرح رئيس مجلس ادارة LBC بيار الضاهر: "ان المحطة تجارية، ولسنا مقيدين بالضوابط الدينية والاجتماعية، بل ان صراعنا هو على الافضلية، والعبرة في برامج المنوعات، بما يحاكي اذواق الناس. "ويعلن الشيخ بطرس الخوري، رئيس مجلس ادارة محطة "آي ان بي" ان هدف المحطة تقديم خدمة اعلامية مميزة تساهم في انهاض الوطن العربي وتطويره، لاسيما التركيز على الصور المشرقة فيه"ويصرح مدير اوربت"نريد ان نجمع بين الوعي العربي والتقنية الغربية". "ويؤكد عماد اديب، الاعلامي المصري مابلي"لم يعدّ بامكاننا بعد اليوم ان نتكلم عن شرق وغرب او بالاحرى لم يعدّ بامكاننا ان نتكلم عن معايير غربية في التوعية. اضحى لنا اليوم معايير دولية. وعلينا اليوم ان نشرك هذه التوعية الدولية مع مضامينا التاريخية والثقافية". جريدة الحياة ١٩٩٢/١٢/٩م و ٢٠٠٤/٢/٢٤م والشرق الاوسط ١٩٩٤/٢/٢٢م. نقلا عن: المصدر السابق نفسه.



كتلة متجانسة من السهل الوصول إليه والأخذ به في الاتجاه المرغوب، لذلك وقعت الفضائيات العربية في أوهام منها[1]:

١- أعطت بعض الفضائيات، ولاسيما الحكومية، اهتماما للإخبار والبرامج السياسية، وتركت برامج الترفيه لعوامل الربح وملء الفراغ، علماً إن الدعاية السياسية الحديثة تتجه نحو نزع السياسة المباشرة عنها، وأصبحت دعاية اجتماعية ترمي إلى إدماج المواطنين في عقليات وعادات وأنماط متشابهة، وتعمل على نشر تصور شامل للحياة عن طريق الفن، والسينما، والموسيقى، وليس عن طريق السياسة، لان الصراع لم يعدّ صراع إيديولوجيات، إنما إمكانات اقتصادية، ومستويات حياة، ونجاحات تقنية، وجوائز، وسياحة ... الخ .

٢- توهمها انه يكفي إن تبث فضائيا باللغة العربية لتسهم في تعريف البلدان العربية بعضها ببعض والعالم.

٣- توهم البعض، إن البث من الخارج بحكم وجود التقنيات والمثقفين العرب الهاربين من حكوماتهم والبعد من الرقابة أمور كفيلة بمنحها استقلالية صياغة مشروع ثقافي عربي.

ولهذا "تعني "نهاية التاريخ في الفقه الاتصالي الجديد" نهاية سيطرة الدولة على أدوات المعرفة، وعلى وسائل الاتصال، ولم يعدّ المواطن العربي محكوما بوسائل تملكها الدولة، فقد تعددت منابر المعرفة، وفق اختلاف ملكية الوسائل بين ملاك حكوميين "محطات فضائية رسمية"، وبين محطات تعكس أفكار منظمات سياسية، ومحطات يمتلكها رجال أعمال"[2].

"وقد ساعدت ظروف كثيرة في دخول البث الفضائي المنطقة العربية على الأصعدة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية المختلفة، ومن أبرزها انهيار المنظومة

---

(١) د.نهوند القادري، ((مصدر سبق ذكره))، ص٧٠ص٧١ .

(٢) عادل الجوجري ،((سؤال كبير ماذا حققت الفضائيات العربية ؟))، موقع ضفاف الابداع، الاربعاء ٢٠/سبتمبر/٢٠٠٦م .



الاشتراكية وصعود الليبرالية الجديدة، وظهور منظومة "الملتيميديا" القائمة على الدمج بين الاتصال والمعلوماتية والاتصالات، فأصبحت السياسة الاتصالية لبلد ما تعني البلدان جميعها. وكانت صدمة للمجتمعات العربية لاسيما أنها غير مهيأة لتفكيك البنى القديمة للاتصال وإعادة تركيب بنى جديدة تنسجم مع المرحلة الراهنة، ويتوازى في الوقت نفسه مع تقلّص قدرات الحكومات الوطنية على السيطرة على تدفق المعلومات الواصلة الى شعوبها، شكلاً ومضموناً"[1].

ولقد خلقت هذه الفضائيات أوضاعاً في المنطقة العربية يتجاذبها القلق من ناحية والارتياح من ناحية، وهي:

١- قلق على صعيد الحكومات، وأنها أمام حلّين: اما التخفيف من الرقابة والتعاون مع القطاع الخاص المقرّب منها، "واماّ التعاون مع المجتمع المدني لايجاد اعلام مواطن، وبديل، وجذّاب، قادر على المنافسة "وهذا لم يحصل"، واما الخضوع للشروط المفروضة من قبل الشركات الاحتكارية الكبرى"[2].

٢- قلق على صعيد مالكي القنوات الأرضية الذين وجدوا أنفسهم يخسرون مشاهديهم، هذا القلق قابله ارتياح من قبل الجمهور، نظراً الى تعدّد الخيارات أمامه.

٣- ساد ارتياح على صعيد شركات الانتاج المحلية التي أمّلت في ايجاد فرص للعمل[3]. ومع أواخر عام ٢٠٠٧م وحتى منتصف عام ٢٠٠٨م وصل عدد القنوات الفضائية الى ((٤٨٢)) قناة مفتوحة* انظر الجدول يبين عدد القنوات الفضائية التابعة للدول العربية.

---

(١) د.نهوند القادري، ((مصدر سبق ذكره))، ص٥٦.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص٥٨.

(٣) د.نهوند القادري، ((مصدر سبق ذكره))، ص٥٩.

* غير الباقات التلفزيونية المشفرة او أنظمة التلفزيون المدفوع الذي يبرز عن طريق ثلاث شبكات، تشمل شبكة راديو وتلفزيون العرب وشبكة أوربيت وشبكة شوتايم.

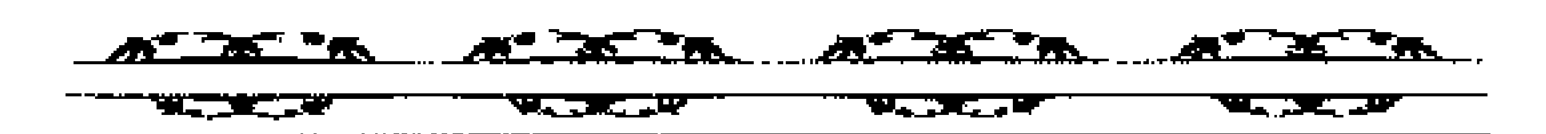


يبين الجدول عدد القنوات الفضائية التابعة للدول العربية المختلفة*

الدولة	عدد القنوات عام ٢٠٠٧م	نسبة الفضائيات التابعة لكل دولة	عدد السكان عام ٢٠٠٧م	نصيب كل مليون من القنوات الفضائية	عدد القنوات العامة	نسبة القنوات العامة
السعودية	٧٨	٢٢,٦	٢٧,٠١٩,٧٣١	٢,٩	١٢	٪١٥,٤
مصر	٥٩	١٧,١	٧٦,٩٠٠,٠٠٠	٠,٨	١٥	٪٢٥,٤
الإمارات**	٤٠	١١,٦	٤,٨٠٠,٠٠٠	٨,٣	١٦	٪٤٠
العراق	٣٤	٩,٩	٣٠,٣٠٠,٠٠٠	١,١	١٨	٪٥٢,٩
لبنان	٢٧	٧,٨	٣,٨٧٤,٠٥٠	٦,٩	١٢	٪٤٤,٤
الكويت	٢٥	٧,٢	٢,٨٠٠,٠٠٠	٨,٩	٦	٪٢٤
قطر	١٤		٨٧٥,٠٠٠	١٥,٦	١	٪٧,١
المغرب	١٠		٣٢,٤٠٠,٠٠٠	٠,٣	٥	٪٥٠
ليبيا	١٢		٦,١٠٠,٠٠٠	٢	٥	٪٤١,٧
السودان	٨		٤١,٢٣٦,٣٧٨	٠,٢	٥	٪٦٢,٥
سوريا	٧		١٩,١٧٢,٠٠٠	٠,٤	٥	٪٧١,٤
الأردن	٦		٦,٠٠٠,٠٠٠	١	٢	٪٣٣,٣
تونس	٦		١٠,٣٢٧,٠٠٠	٠,٦	٣	٪٥٠
البحرين	٤		٧٥١,٠٠٠	٥	٢	٪٥٠
فلسطين	٤		٤,٠١٧,٠٠٠	١	٤	٪١٠٠
الجزائر	٤		٣٣,٩٠٠,٠٠٠	٠,١	٣	٪٧٥
اليمن	٢		٢٢,٣٠٠,٠٠٠	٠,١	٢	٪١٠٠
عمان	٢		٣,١٠٢,٢٢٩	٠,٦	٢	٪١٠٠
موريتانيا	١		٨٣٣,٠٠٠	١,٣	١	٪١٠٠
اريتريا	١		٤,٢٩٨,٢٦٩	٠,٢	١	٪١٠٠
جيبوتي	١		٤٩٦,٢٧٤	٢	١	٪١٠٠
قنوات أجنبية	١٦		–	–	٢	٪١٦,٧
قنوات غير محددة الهوية	١٢١	النسبة من اجمالي عدد القنوات "٢٤٥" قناة ذات الهوية المحددة		-	٧	٪٥,٨
المجموع	٤٨٢				١٣٠	

* التقرير العربي الاول للتنمية الثقافية، مصدر سبق ذكره، صفحات متفرقة ص٢٧٤ص٢٨٠ص٢٨١.

** عدد السكان داخل الإمارات بما فيها العمالة الأجنبية.



وتكشف ارقام الجدول المتعلقة بالخريطة الفضائية العربية عن مجموعة من التناقضات، أبرزها مايلي:

١- تشكّل نسبة الفضائيات التابعة للسعودية نسبة ٢٢,٦٪ من اجمالي عدد القنوات الفضائية واضحة الهوية ((٣٤٥)) قناة، يليها في ذلك مصر التي تسيطر قنواتها على نسبة ١٧,١٪ من الفضائيات، ثم الامارات ١١,٦٪، ثم العراق ٩,٩٪، ثم لبنان ٧,٨٪، ثم الكويت ٧,٢٪. **وتؤكد الأرقام على "سيطرة السعودية، في مقابل الدور المتزايد الذي يمارسه اللبنانيون في صناعة الفضائيات، لأنها ترتبط برأس المال البشري أكثر مما تتعلق برأس المال[1]".**

نستخلص مما سبق أن هناك **أربع دول تسيطر على ما يقرب من نسبة ٦١,٢٪** من خريطة القنوات الفضائية العربية، تشمل "**السعودية، ومصر، والامارات، والعراق**"، مما يشير الى انتقال ظاهرة الاحتكار كظاهرة اعلامية غربية أو بالأحرى "عولمة" الى العالم العربي.

"ويلاحظ في الفضائيات عامة هناك تلاقي للرأسمال الاقتصادي "البيئة الخليجية" والرأسمال الرمزي "اعلاميون وممثلون من بيئات اجتماعية متعددة كبلاد الشام ومصر[2]".

"وتوجه الرأسمال الاقتصادي المادي في منطقة الخليج، وبالأخص السعودي، الى الاستثمار في الرأسمال الرمزي بفعل الوعي بأهمية الاعلام على مايبدو، والبحث عن النفوذ والتأثير في المجالات الأخرى السياسية والثقافية في المنطقة. ويمكن القول ان هذا التداخل بين الرأسمال الاقتصادي والرأسمال الرمزي لم يحدث على النحو الذي شهدته العقود الأخيرة من القرن الماضي، مما يؤشر بميلاد صناعة اعلامية جديدة تتداخل فيها المصالح الاقتصادية والسياسية والاعلامية المحلية والدولية بشكل واسع[3]".

---

(١) فرانك مرامييه، ((مصدر سبق ذكره))، ص٥٥.

(٢) د.عبد الرحمن عزي وآخرون، ((ثورة الصورة ... مصدر سبق ذكره))، ص٩٣.

(٣) المصدر السابق نفسه، ص٩٤.

"وتفسر الظاهرة بحالة من التنافس الخفي بين عدد من البلدان العربية على النفوذ الاعلامي في المنطقة. ويعود هذا العامل الى بعض النزاعات "العربية- العربية" التي عادة ما تجد سبيلها وان بصفات غير مباشرة الى وسائل الاعلام. ويمكن أن نقرأ ذلك في الطريقة التي تتناول بها قناة "الجزيرة" السعودية مثلاً، من جهة، وظهور قناة "العربية" كمنافسة "للجزيرة"، من جهة أخرى"[1].

٢- تعدّد القنوات لايعكس القدر المطلوب من التنوّع في ظل تبعية الكتلة الأكبر منها الى عدد محدود من الحكومات أو رؤوس الأموال ذات الهوية القُطرية المحدّدة. وتضمن التعددية عدم تركيز ملكية وسائل الاعلام وعدم التشابه في المضمون الاعلامي[2].

وقد أكّد دويل على "**خطورة عملية التركيز Concentration في ملكية وسائل الاعلام لما يترتّب عليها من آثار سلبية أبرزها سيطرة قوى سياسية معيّنة على وسائل الاعلام تنقل وجهات نظرها الى الجمهور في الوقت الذي تغيب فيه وجهات النظر الأخرى مما يؤدي الى تراجع مفهوم التعدّدية ودعم فكرة الاحتكار**"[3].

٣- لايوجد أي قدر من التناسب بين عدد السكان داخل كل دولة عربية وعدد القنوات الفضائية التابعة لها، ففي حين لا يتجاوز عدد سكان قطر ٨٧٥ ألف نسمة نجد أن عدد القنوات التابعة لها يصل الى ((١٤)) قناة، وقس على ذلك مصر التي يصل عدد السكان بها الى ٧٦,٩ مليون نسمة ولايزيد نصيبها من السوق الفضائي عن ((٥٩)) قناة.

٤- يسيطر القطاع الخاص على النسبة الأكبر من القنوات الفضائية في العالم العربي، فرجال الأعمال والمستثمرون العرب يسيطرون على نسبة ٨٠٪ من تلك القنوات في حين تسيطر الحكومات على نسبة ٢٠٪ فقط[4].

---

(١) المصدر السابق نفسه، ص٩٦.

(٢) التقرير العربي الاول للتنمية الثقافية، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٧٥.

(٣)Doyle, Gillian, Media Ownership, London: Sage Publication,2002.

نقلا عن: التقرير العربي الاول للتنمية الثقافية، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٧٥.

(٤) د.انس الفقي "وزير الاعلام المصري"، جريدة الأهرام، ٢٠٠٨/٢/١م، ص١٥.

نقلا عن : المصدر السابق نفسه.



ويعني أن العمل التلفزيوني بدأ في التحول من مفهوم التلفزيون المحلي Local TV الى مفهوم التلفزيون الفضائي أو العولمي Global TV [1]. "وارتبط في الأساس بأداء القطاع الخاص، ويظهر في رفع الحواجز أمام المؤسسات الاقليمية والدولية والاعلامية والثقافية كي تمارس أنشطتها بوسائلها الخاصة وكي تحل محل الدولة في ميادين المال والاقتصاد والثقافة والاعلام"، وعموما فمن الصعب القول بأن القنوات الفضائية العربية قد استبعدت من الاستقطاب الحكومي "مع أو ضد"، وان كان أغلبها لا يعمل بعيداً عن توجهات الخطاب السياسي للدولة التي ينتمي اليها الممول ويحاول أن يفسح لنفسه مساحات أكبر للممارسة الاعلامية الحرة عن طريق التركيز في القنوات الترفيهية والبعد عن فكرة القناة الاخبارية[2]*.

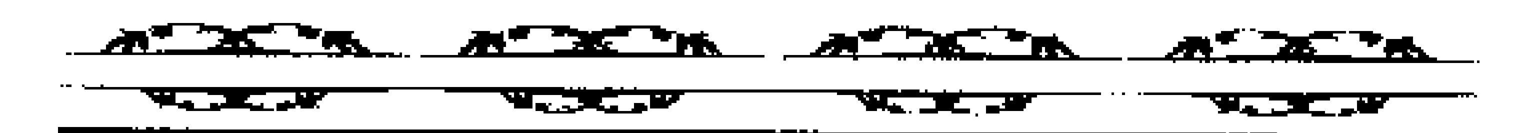
وبعد ما يقارب على العقدين من الزمن تقريبا، يشهد البث الفضائي تسارعا لا يمكن حصر مداه، ويلازم حياتنا بكل تفاصيلها. ويشير هذا إلى خطورة دورها في مواجهة قضايا امتنا، ويعتمد ذلك على التوجيه الذي تعنى الفضائيات "بالإلحاح" عليه، والأفكار التي تعرضها، اذن "فهي مطالبة بالجدية فيما تطرحه من القضايا ببرامج تساهم في إثراء الواقع الثقافي، ومناقشة المسائل الحيوية بطريقة تجعل الإنسان عضوا أساساً في المجتمع، قائمة بمسؤولياتها بتشجيع الإبداع، لأن في ذلك طريق للاعتزاز بالقدرات الذاتية وعدم الاعتماد على الغير، ولا يستطيع الجمهور إن يكون وجهة نظر عن الواقع، دون الحصول على كمّ المعلومات المتوفرة عبر وسائل

---

(١) المصدر السابق نفسه، ص٢٦٢.

(٢) د.عواطف عبد الرحمن، ((الاعلام العربي وقضايا العولمة))، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ١٩٩٩م، ص٢٠. نقلا عن: التقرير العربي الاول للتنمية الثقافية، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٧٨.

* ومن الشواهد الدالة على ذلك مجموعة القنوات التي تمولها رموز في دوائر الحكم داخل الدول العربية المختلفة. ومن بينها باقة قنوات روتانا المملوكة للأمير الوليد بن طلال، وباقة قنوات MBC المملوكة للوليد ابراهيم، وقناة Infinity المملوكة لهزاع بن زايد آل نهيان، وباقة قنوات ميلودي التي يسهم رجل الأعمال جمال أشرف مروان بنسبة كبيرة في تمويلها، وقنوات المستقبل "المستقبل وزين" التابعة لآل الحريري، وقناة الساعة الليبية التي يسهم فيها بنسبة كبيرة السيد الساعدي القذافي.



الاتصال نفسها لأن الانفتاح المطلوب على مبتكرات العصر يجب أن يتم ونحن موقنون بأصالة حضارتنا التي لا يمكن أن تبلى مع مرور الزمن[1].

ثانيا: الثقافة الإعلامية الرائجة في الفضائيات

"لكلّ نظام أيديولوجيا تخدمه، هناك أيديولوجيا علنية تتمثل في الأنظمة والقوانين، وضمنية تتمثل في الثقافة التي تحملها وتروج لها وسائل الاتصال والتعليم. لذلك نرى الارتباط وثيقا بين الاتصال والثقافة، وليس الاتصال مجرد ناقل محايد، بل يؤثر ويتأثر في ظلّ سياق تسهم الإحداث في تحريكه بمرونة. فقد توثق وترافق الفعل الثقافي مع النشاط الاتصالي، وأضحى الاتصال بوسائله المختلفة الوعاء لحمل رسالة الثقافة، بل إن تفاعلهما وتوحدهما في رسالة مشتركة قد أسهما لاحقا في التداخل وصعوبة التمييز بينهما[2]".

"وتحول مصطلح الاتصال ومجتمع المعرفة إلى نظرية وإيديولوجيا، فهو نظرية في الاتصال تبدو نوع من التفكير في المرحلة الراهنة التي تعيشها الإنسانية في شكل مجموعة من الاتجاهات التنموية في كيفية نهوضنا بالمجتمع من مداخل مستحدثة، وترمي إيديولوجيا مجتمع المعرفة إلى تشريع مجموعة من قواعد العمل لقوى ضغط سياسية واقتصادية، وفرض نموذج تنموي اقتصادي واجتماعي يمكن وصفه بالمعولم، ووراء إيديولوجيا الاتصال خلفية لتحويل السياسي رديفا للاقتصادي وإزالة هامش التباعد بينهما والدفع بأولوية الاقتصادي على السياسي في مجتمع المعرفة لتمرير المعولم فيه[3]".

وتعدّ وسائل الاتصال نتاج ثقافي غربي ظهرت لتلبي حاجات موضوعية لصيقة ببنيان وثقافة هذه المجتمعات. وكان الباعث التجاري، وراء ظهور وسائل

---

(١) د.تيسير أبو عرجة، ((الإعلام والثقافة العربية- الموقف والرسالة))، عمان، دار المجدلاوي، ٢٠٠٢م، ص٤٥ ص٤٦.

(٢) د. صباح ياسين، ((الإعلام النسق القيمي وهيمنة القوة ... مصدر سبق ذكره))، ص٥٥.

(٣) www. Jamelzran.Jeeran.com/archive/2007/4/19. موقع مدونة د.جمال زرن، ((مقعد وراء التلفزيون: الإعلام والاتصال والمجتمع))، انسنة أو الثقافي في تكنولوجيات الاتصال والفضاء العام، جامعة منوبة، معهد الصحافة وعلوم الإخبار، تونس.



الاتصال، وبعد تفاقم أزمة الرأسمالية وتزايد ضغوط الحياة في هذه المجتمعات بدأ الباعث الترفيهي، ولذلك تأتي حاملة خصائص هذه البيئة ومنها الفردية، والربح، والمنافسة، وسرعة الإيقاع وغيرها[1].

إما المرحلة المسماة "**ما بعد الصناعية**"، فقد أصبحنا نشهد ثقافة جديدة، ثقافة الصورة المستمدّة معاييرها من أيديولوجيا الاتصال. وبالرغم من الاختلاف بين المحطات على صعيد انتقائها لبرامجها، والثقافة التي تشيعها، فهي تقوم على مجموعة من العناصر من أبرزها:

١ – **السرعة والآنية**: "تعمل على ضغط الزمن، لان زمن البث سعره مرتفع. لذا نرى دائما الإحداث والإعلانات والإيقاعات سريعة، وكذلك الاتصالات. ويعيش الجمهور معها في حاضر ابدي واهتمامات اللحظة. أنها ثقافة الديمومة وحسّ الاستمرارية بغيبان عن الوعي الاجتماعي والأفق السياسي، وذلك ما يفرض البحث عن متع اللحظة الراهنة[2].

وتتجاهل ثقافة اللحظة التاريخ والهوية لصالح الاستهلاك والإثارة، ويعدّ جاك غوتراند "**إن الوسائل السمعية البصرية دشّنت علاقة جديدة للإنسان مع الوقت، وذلك بإيهامه أنها يمكنها إن تؤثر في الوقت، وان توقفه "النجوم يبدون شبابا إلى الأبد". إذ حمل التقدم التقني علاقات جديدة، مثل ممارسة التحكم عن بعد والمقدمين الذين يقاطعون المدعوين بطريقة يعطون الانطباع فيها بنفاذ الوقت، مما جعلنا نتساءل: هل فعلا غدا وقت الميديا هو الذي يحدد إيقاع وقت حياتنا اليومية؟ وتحت سيطرة اللحظة المتعاقبة، لكل ما هو جديد ومباشر، أي مكان يبقى للذاكرة؟**[3]".

---

(١) د.عبد الفتاح عبد النبي،((تكنولوجيا الاتصال والثقافة- بين النظرية والتطبيق))، القاهرة، دار العربي للنشر، ١٩٩٠م، ص٨٤.

(٢) د.نهوند القادري عيسى،((قراءة في ثقافة الفضائيات العربية ــ مصدر سبق ذكره))، ص٤٧.

(٣) Jacques Gautrand , L'Empire des ecrans ([s.l.]:Pre aux Clercs,2002),P.105

نقلا عن: د.نهوند القادري عيسى،((مصدر سبق ذكره)).

٢ – **الربح السهل والسريع**: بواسطة برامج الألعاب، وينشغل الكل في لعبة التسطيح، وكل سؤال هو قيد جديد لعقل المشاهد، وتتكامل عمليات استغلال الجمهور نفسيا وفكريا ووضعهم في موضع المستعدّ لعمل أي شيء مقابل الحصول على الجائزة أو متعة اللحظة الراهنة[1]. وفضلا عن ذلك برامج المسابقات الرائجة عالميا، والتي بدأت العديد من الفضائيات العربية بشراء حق التقليد لها، وأكثرها تتخذ من الاتصالات وسيلة لجمع الأموال. وتختلف وجهات النظر اتجاه تلك النوعية من البرامج، منهم من يرى أنها توفر المعرفة للمشاهد، ويراها البعض عملية احتيال لمداعبة أحلام الجمهور ويبيعهم الوهم لاسيما أن الثقافة العربية المرسخة في أذهاننا تركن إلى الكسل[2].

٣– **النجومية الإعلامية**: تتمّ صناعة النجومية لإغراض ترويجية، وتكون على صلة وثيقة بثقافة الربح، وتقبع نجومية الجهد والإنتاج والعلم في مكانها المتواضع، مثلا: إثارة حماسة الجمهور للألعاب الرياضية ليست بريئة، فتخفي وسائل الاتصال تحت شعار التسلية ما تخططه الشركات للوصول إلى شمولية السوق عبر الإعلانات التي تبحث عنها عن طريق اللغات المشتركة "**كالرياضة والموسيقى وغيرها – من الصناعات الثقافية**[3]. ويرى ريجيس دوبريه: "**يعني التأثير الدفع إلى الاعتقاد، ويعني الدفع إعطاء مبررات للحياة. وهذه المبررات هي أولا صور، وقوى لأناس ولأشياء، وان أكون مثلهم، ولكنّي لا أتبنى بالضرورة حياة الذين يفكرون بالأفكار، إنني أتبنى فكرة الذين يعطونني مثلي**[4]".

---

(١) د.فريال مهنا، ((علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية))، مصدر سبق ذكره، ص٦٢.

(٢) شروق الكندري، ((جريدة الجريدة))، صفحة التحقيقات، ع٤٢١، الأربعاء/١٧ سبتمبر٢٠٠٨م، ص٢٠.

(٣) د.نهوند القادري عيسى، ((قراءة في ثقافة الفضائيات العربية ... مصدر سبق ذكره))، ص٤٨.

(٤) ريجيس دوبريه، ((محاضرات في علم الإعلام العام – الميديولوجيا))، ترجمة: فؤاد شاهين وجورجيت الحداد، بيروت، دار الطليعة، ١٩٩١م، ص١٢٤.

٤- التسلية والترفيه: الثقافة مجموعة من المؤشرات التي تعطي للعالم معنى، لكن ماذا تعطي " ثقافة التسلية هي إنتاج اللامعنى، وإنتاج اللحظة المترهلة بالمتعة الزائفة والزائلة التي تحث على الكسل وتقضي على المبادرة. أنها اللحظة المتراكمة في صيرورتها والتي تسهم في إنتاج الشخص الذي يعيش لحاضره، حاضر مفتت لإمكان فيه لغيره، ولا وجود لغير حاجياته، وحاضر موجود لصالح صناعة تملك شراهة الازدهار على حساب الإنسان[1]".

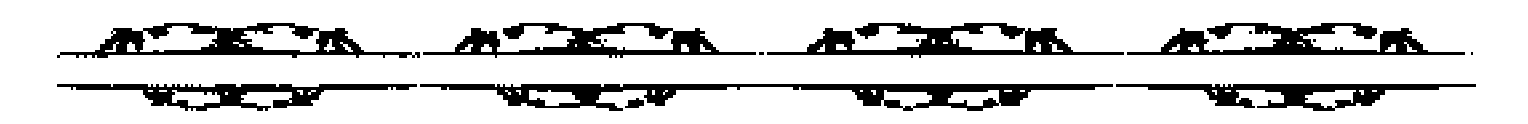
وتعتمد هذه البرامج على الرقص والغناء كمادة أساس لبثها، ويحدث في غياب أي برامج إرشادية تسهم في زيادة الوعي لدى الجمهور حول المعنى الواقعي للحياة، وتدعيم قيمة العمل والدفع إليه ليصبح تفكير الشباب أكثر واقعية ومنطقية. "وتستهدف هذه البرامج زيادة الموارد المالية لتلك المحطات دون استثناء فالمهم بالنسبة لتلك البرامج الربح المالي الآن، أما الغد والإنسان وما يواجهه من تحديات ذاتية ومجتمعية وعالمية، فتلك أشياء يبدو أن الزمن قد عفا عليها مع قدوم العولمة، كما عفت التغيرات الليبرالية الحديثة على دور الدولة الثقافي والاجتماعي وتنمية الإنسان وقصر دورها على صنع الثروة وتنظيم العلاقة بين أصحاب روؤس الأموال، أما المستهلك فعليه أن ينتظر طويلا حتى تتشكل منظمات المجتمع المدني لتتولى الدفاع عنه اقتصاديا وثقافيا وفنيا[2]".

"وأن أغلب ما يتم رصده على الشاشات العربية من برامج ترفيهية لاتمت إلى الترفيه الإعلامي بصلة، أو يتم استخدام تلك البرامج على أحسن الفروض لتحقيق أهداف سياسية في المقام الأول، فهي إما برامج تعبوية سياسية أو برامج دعائية أو برامج تفريغية لشحنات الغضب من الحالة الاقتصادية والسياسية، أو برامج يغلب عليها البعد التجاري، ومن ثم تغيب

---

(١) د.نصر الدين لعياضي، ((وسائل الاتصال الجماهيري والثقافة... مصدر سبق ذكره))، ص١٠٤.

(٢) دويدار الطاهر، ((فنون المنوعات والتلفزيون))، القاهرة، دار سنابل، ٢٠٠٨م، ص١١.



وبالضرورة عن أكثر من ٩٠٪ من تلك المحطات الأهداف الإعلامية الأخرى، مثل التنمية والتعليم[1].

٥- الإعلانات: أصبح الإعلان شرطا بنيويا في تركيبة القنوات، ويؤدي دورا حاسما في تطورها. لذا تحدد الشركات المعلنة نوعية البرامج بما يتلاءم مع ترويج سلعتها، ويتحول البث إلى مجرد إطار للإعلانات يملأ الفراغ ببرامج منوّعة تتناسب والأيديولوجيا الاستهلاكية التي تعمل على بناء تصور عن العالم ونمط من العيش تقوم مرجعيته وأحكام قيمته على الاستهلاك، ولم ينحصر دور الإعلان في المجال التجاري، بل أخذ يتمدد في نشاطه ليطال كافة المجالات، السياسية منها والإنسانية والوطنية[2].

٦- القنوات المتخصصة: تركّز القنوات المتخصصة على نوع محدّد من المضامين الاعلامية "سياسية، واقتصادية، ورياضية .."، أو تخاطب قطاعاً محدّداً من الجمهور. ويصل اجمالي عدد القنوات المتخصصة ((٣١٢)) قناة، إذ أصبح الاعلام الفضائي العربي جزءاً لايتجزأ من ظاهرة العولمة التي تدعم فكرة وسائل الاعلام المتخصصة، وأن هناك مجموعة من الدول المرجحة لهذا التوجه وتتمثل في قطر والسعودية ومصر ولبنان، ويعطي هذا مؤشّراً حول عدم تعادل مستويات النمو الاعلامي بين الدول العربية المختلفة، وترتبط القنوات المتخصصة بالاستفادة من سوق الاعلان، فهناك قنوات خاصة بالموسيقى والأغاني، وأخرى بالأفلام، وقنوات دينية، مما يمكنها من الوصول الى قطاعات دقيقة ومحددة من الجمهور، قد تشكّل جزءاً من أو معظم الجمهور المستهدف للمعلن[3].

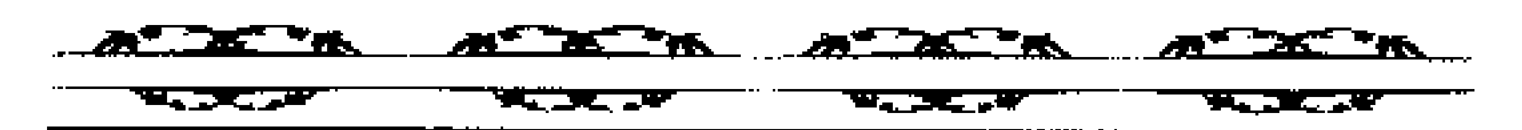
ويوضح الجدول ((٤)) أنواع القنوات الفضائية المتخصصة.

---

(١) المصدر السابق نفسه، ص٤٢.

(٢) د.نهوند القادري عيسى، ((مصدر سبق ذكره))، ص٥٠.

(٣) التقرير العربي الاول للتنمية الثقافية، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٨٢.



يبين الجدول أنواع القنوات الفضائية المتخصصة*

نوع القناة	التكرار	النسبة	التخصصات النادرة	الهوية	اسم القناة
دينية	٥٨	٪١٨,٦	-	متعددة	كثيرة
أغاني	٥٧	٪١٨,٣	-	-	-
إخبارية	٢٩	٪٩,٣	-	-	-
رياضية	٢٣	٪٧,٤	-	-	-
أدب وثقافة	١٥	٪٤,٨	-	-	-
اقتصادية	١٢	٪٣,٨	-	-	-
تعليمية	١١	٪٣,٥	-	-	-
دردشة	١١	٪٣,٥	-	-	-
إعلانية	١١	٪٣,٥	-	-	-
زواج وتهاني	١٠	٪٣,٢	-	-	-
أفلام	٩	٪٢,٩	-	-	-
ترفيهية	٩	٪٢,٩	-	-	-
أطفال	٨	٪٢,٦	-	-	-
متنوعات	٧	٪٢,٢	-	-	-
مسلسلات	٤	٪١,٣	-	-	-
أزياء وجمال	٤	٪١,٣	-	-	-
سياحة	٤	٪١,٣	-	-	-
سحر وكهانة	٣	٪١	-	-	-
شبابية	٣	٪١	-	-	-
المرأة	٢	٪٠,٦	√	لبنانية	هي
طهو	٢	٪٠,٦	√	غير محددة	فتافيت
فنية	٢	٪٠,٦	-	-	-
موبايلات	٢	٪٠,٦	-	-	-
الأسرة	٢	٪٠,٦	-	-	-
بترول	١	٪٠,٣	√	قطرية	بترو غاز
كوميديا	١	٪٠,٣	-	-	-

* التقرير العربي الاول للتنمية الثقافية، مصدر سبق ذكره، صفحات متفرقة، ص٢٨٣ص٢٨٤ص٢٩٣.

بيئة	١	٠,٣٪	√	سعودية	بيئتي
طبية	١	٠,٣٪	√	مصر	صحتي
كمبيوتر	١	٠,٣٪	√	سعودية	سوبر تك
صناعة	١	٠,٣٪	√	سعودية	صناعة
السجون	١	٠,٣٪	√	مغربية	تواصل
قانونية	١	٠,٣٪	√	كويتية	العدالة
توظيف	١	٠,٣٪	√	غير محددة	وظيفتي
ذوي الاحتياجات الخاصة	١	٠,٣٪	√	غير محددة	الإنسانية
طيران	١	٠,٣٪	√	غير محددة	الطيران
سيارات	١	٠,٣٪	√	غير محددة	Auto one
عقارية	١	٠,٣٪	√	غير محددة	أصول
تربية الصقور	١	٠,٣٪	√	غير محددة	الحر
المجموع	٣١٢	١٠٠٪			

ويمكن تصنيف القنوات العربية الفضائية المتخصصة في اطار ثلاث مراتب أساس، في ضوء البيانات المعطاة داخل الجدول:

١- أحتلت قنوات الأغاني والقنوات الدينية المرتبة الأولى.

٢- احتلت القنوات الاخبارية والرياضية والثقافية والأدبية المرتبة الثانية.

٣- والمرتبة الاخيرة للقنوات التعليمية والاعلانية والاقتصادية والزواج والتهاني والدردشة والافلام وغير ذلك.

ويتبين من قراءة الجدول انه هناك مفارقة في احتلال القنوات الدينية وقنوات الاغاني المرتبة الاولى، ووجه المفارقة في عدّ القنوات الغنائية من منظور أخلاقي، أداة سلبية من الأدوات المضادة للقيم الدينية، ويكشف الأمر عن حالة التناقض التي يخضع لها العقل العربي وتأرجحه مابين مفاهيم الحداثة والأصالة بصورة انعكست على الفضاء التلفزيوني العربي[1].

---

(١) التقرير العربي الاول للتنمية الثقافية، ((مصدر سبق نفسه))، ص٢٨٥.



ويصل اجمالي عدد القنوات الدينية الى ((٥٨)) قناة، وتتنوع القنوات الدينية الفضائية مابين قنوات دينية اسلامية غالبة، وقنوات مسيحية محددة العدد مثل قناة المحبة التابعة لمصر وتيلي لوميار في لبنان. وتعبّر بعض القنوات الدينية الاسلامية عن معتنقي المذهب السني، ويعبّر بعضها الآخر عن معتنقي المذهب الشيعي، وتتبع اكثر القنوات الشيعية العراق. وفي ضوء ذلك **يمكن القول بأن الفضاء التلفزيوني الديني أصبح يعكس حالة الاستقطاب الديني والمذهبي في الخطاب العربي**[1].

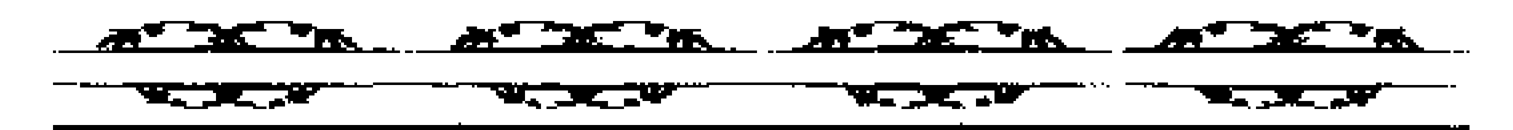
اما قنوات الاغاني، يصل اجمالي عددها ((٥٧)) قناة. ولكن هل استطاع هذا العدد الكبير من القنوات تقديم الواقع العربي أو البيئة العربية، وأثر ماتقدمه من أغاني على قيم الشباب الذي يُعدّ الجمهور الأساس المستهدف، **لاسيما الأخذ في الاعتبار تحقق صفة التأثير التراكمي لهذا النوع من المضامين بسبب تكرار فرص عرضها وامكانية مشاهدتها أكثر من مرة. ويتبين ان وراء هذا العدد من القنوات الدينية وقنوات الاغاني، توفر العدد الكافي من الكوادر البشرية القادرة على تغطية ساعات البث المطلوبة**، وبغض النظر عن الاسباب الاخرى، اذ تتنوع بين اسباب سياسية واقتصادية واجتماعية. اما القنوات الاخبارية، احتلت المرتبة الثانية بعدد اجمالي ((٢٩)) قناة، وتتمثل خطورة القنوات الفضائية الاخبارية في أنها القنوات الأكثر مشاهدة في العالم العربي، إذ توضح احدى الدراسات، **"تعدّ النخب الثقافية داخل العالم العربي من أكثر فئات الجمهور تعرضاً للقنوات الاخبارية"**[2].

وتتنوع القنوات الاخرى، مابين قنوات تحاول تقديم خدمة ثقافية صريحة، وأخرى تهتم بالافلام والمسلسلات والرياضة والتراث الشعبي، والشعر، وأخرى بالاعلانات، والسياحة، ...الخ. راجع الجدول.

---

(١) المصدر السابق نفسه، ص٢٨٨.

(٢)حنان أحمد سليم،((اتجاهات الصفوة المصرية نحو واقع ومستقبل القنوات الاخبارية العربية، بحث مقدّم الى المؤتمر العلمي الحادي عشر، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ج١، آيار/ ٢٠٠٥م، ص١٢٩.



٧- **القنوات الأجنبية في الفضاء العربي الناطقة باللغة العربية:** اختلفت علاقة الغرب مع المسلمين والعرب بعد أحداث ١١سبتمبر، واتخذت بعداً أمنيا لم يكن مجسما بهذه الصورة من قبل. وبعد سنوات من هذه الأحداث يبدو أن لغة الحوار عادت من جديد لفرض نفسها على العقل الغربي، الذي فتح قنوات جديدة للحوار مع المسلمين والعرب[١].

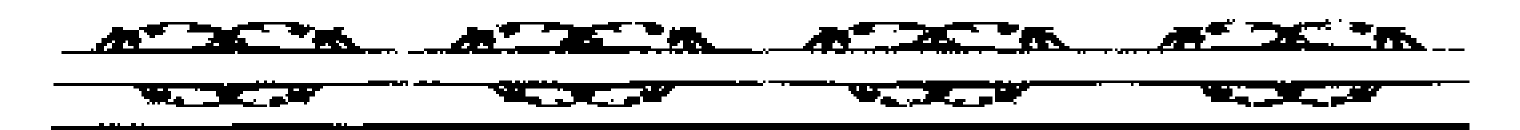
إذ جاءت الفضائيات الغربية لسد حاجتين: الأولى محلية أي تأطير "محاصرة" المهاجرين العرب والمسلمين الحاملين للجنسية البريطانية أو الألمانية أو الفرنسية، بحكم تأثر تلك الجاليات بمخرجات الإعلام العربي الذي يشخص بعدّه إعلاما يسوق لخطاب يعادي الغرب. الحاجة الاخرى هي أن هذه الفضائيات هي امتداد لترسانة الخارجية الأمريكية أو وزارة الخارجية الفرنسية وامتداد جديد لفكرة الإمبراطوريات التي كانت سائدة في القرن التاسع عشر والتي كانت تعتمد على قوة المدفع والجيوش واليوم السلاح هو الإعلام والذي يسمى "بالقوة الناعمة" التي لا تترك أثرا. ويمكن الاستفادة من هذه القنوات على مستويين: الأول فيما يتعلق بالجانب المهني أي الاحتكاك بخبرات الغرب الإعلامية، والثاني له علاقة بالتحاور والتلاقح الثقافي بين العرب والغرب عبر وسائل الإعلام[٢]. والعدد الاجمالي للفضائيات الأجنبية التي تخاطب الجمهور العربي بلغته ((١٦)) قناة، وتتنوّع جنسيات هذه القنوات بالصورة الموضحة بالجدول ((٥)) التالي[٣]:

---

(١) سامح الخطيب،((فرنسا ٢٤..قناة اخبارية غربية تنتظر منافساتها العربيات))، الثلاثاء ٢٠٠٧/٤/١٧م نقلاعن:
http://news.filbalad.com/News.asp

(٢)مقالات الدكتور محسن الصفار،((قراءة للفضائيات الغربية الناطقة باللغة العربية))، الاحد٢٠٠٩/٢/٢٢م.
http://www.alwihdah.com/view.php?cat=1&id=1351

(٣)التقرير العربي الاول للتمية الثقافية،((مصدر سبق ذكره))، ص٢٧٧.



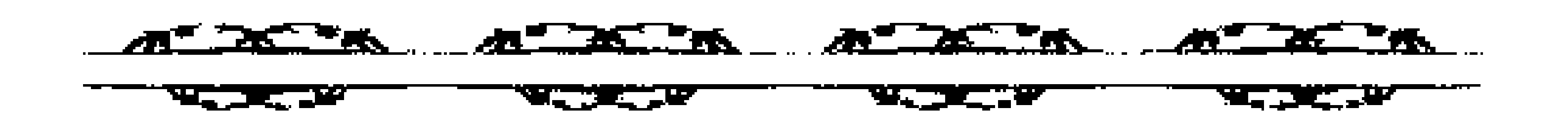
جدول يوضح جنسيات القنوات الأجنبية في الفضاء العربي

الجنسية	عدد القنوات	النسبة
الولايات المتحدة الأمريكية	٣	١٨،٨٪
الهند	٣	١٨،٨٪
ايران	٢	١٢،٥٪
فرنسا	٢	١٢،٥٪
المملكة المتحدة	١	٦،٣٪
الصين	١	٦،٣٪
ألمانيا	١	٦،٣٪
باكستان	١	٦،٣٪
روسيا	١	٦،٣٪
غير محددة	١	٦،٣٪
المجموع	١٦	١٠٠٪

يتّضح من الجدول أن الولايات المتحدة الأمريكية هي أكثر الدول التي تستهدف المواطن العربي بقنوات ذات طابع اخباري، وتتحدّد في ثلاث قنوات "سي ان ان، وقناتي الحرة والحرة عراق"، يليها في ذلك كل من ايران "قناة العالم الاخبارية، وقناة الكوثر الدينية" وفرنسا "فرنسا ٢٤"، واخرى ترفيهية. **فعلينا أيضا العمل على تأمين مصالحنا وايجاد قنوات لمخاطبة الغرب "حتى لو كانت باللغة العربية بما نريد أن نوصله من مفاهيم عن أنفسنا وطموحاتنا ومشاكلنا وأفكارنا، حتى يكون هناك نوع من الندية في التعامل.**

"وتختلف تجربة الجزيرة الإنجليزية في التوجه والأهداف، فلا يمكننا القول إن الجزيرة هي امتداد للسياسة الخارجية القطرية، أو هي قناة للتعبير عن رؤية العرب للعالم من وجهة نظر الإعلام العربي. ويصعب القول إن الجزيرة في نسختها العربية أو الإنجليزية هي تعبير عن الإعلام العربي المتعدد، بل الجزيرة هي أحد مكونات الإعلام العربي ويجب أن تفهم ضمن العلاقات المركبة للنظام العربي في المدة ما بعد الحرب الباردة والطفرة النفطية وأحداث الحادي عشر من سبتمبر والحرب على العراق[1]".

(١) د.محسن الصفار، ((مصدر سبق ذكره)).



ثالثا: خصوصية الوسيلة الاتصالية المرئية-القنوات الفضائية

إذا كانت هناك وسيلة تصلح لتعطينا فكرة عن ثقافة اليوم، او وسيلة تصلح لتكون العالم الحقيقي لثقافة ما بعد الحداثة، فإنها ستكون بلا ريب التلفزيون. وعلى حدّ تعبير الباحث الفرنسي بودريار: "**التلفزيون وسيلة ما فوق واقعية "Hyper-real"، اي أنّها واقعية أكثر من الواقع**". بكلام آخر، نحن نستمد وعينا بالواقع من التلفزيون، فأي شيء لا يذاع في التلفزيون يبدو أقل واقعية، لأن منه تستمد القضايا السياسية أهميتها، وتكتسب السلع والخدمات جاذبيتها، وحتّى الكتب تستحق أن تقرأ عندما تظهر في التلفزيون[1].

ويمتلك التلفزيون ايضا كل ما يذكره المفكر المصري إيهاب حسن من صفات تعبّر عن ثقافة اليوم "ثقافة ما بعد الحداثة"، وهي: "**الاحتفاء بالصورة على حساب الكلمة، وإحلال الإشباع العاطفي محل العقل، والولع بالانطباع بدلاً من الإقناع، والتخلّي عن المعنى لمصلحة التسلية، ان قيم ما بعد الحداثة هي خبز التلفزيون اليومي**"[2].

وتتأكد خصوصية التلفزيون، ليس في انتشاره المتزايد، وإنما في بنيته الرقمية أيضا. فيصبح الجمهور المتعامل مع هذه التقانيات الجديدة على حد قول الدكتورة فريال مهنا: "**مسافرا رقميا، غير مدرك في أكثر الأحيان للتغير الذي يعتريه، فتتبدل بعمق بنياته المعرفية ومرجعياته الثقافية وفكرة الاتصال نفسها**"[3].

---

(1)Baudrillard, Jean. The Ecstasy of Communication. Edited by Slyvere Lotringer; Translated by Bernard and Caroline Schutze. Brooklyn, NY: Autonomedia, 1988.

نقلا عن: د.محمد حسام الدين اسماعيل، ((الصورة والجسد... مصدر سبق ذكره))، ص٨٢.

(2)Veith, Jr., Postmodern Times: A Christian Guide to Contemporary Thought and Culture, P. 120.

نقلا عن: المصدر السابق نفسه، ص٨٢.

(٣) د.فريال مهنا، ((إشكالية الجهاد في عصر المعلوماتية))، دمشق، دار الفكر، ٢٠٠٥م، ص٢٣.

وعلى الرغم من استعمال الجمهور آلة التحكم عن بعد، تحركهم رغباتهم وعوامل الصدفة في التعرض، فان المفكرين أولوا هذه الوسيلة اهتمام، فكانت لهم إزاءها اتجاهات متعددة:

١- **الاتجاه الميديولوجي**: عندما قال مارشال ماكلوهان: "**الرسالة هي الوسيلة**" كان يطرح بعض الأفكار الهامة والتي تبحث في العلاقة بين مضامين الاتصال ووسائلها لفهم القصد الاتصالي، والأهم مما ذهب إليه: "**إن الوسيط ليس مجرد وسيط مادي يتم إدراكه خارج سجل المعاني، انه جزء لا يتجزأ من المضمون المستقر في حدوده**"[١].

ويعدّ ريجيس دوبريه "إن الثقافة البصرية تتخلق بأخلاق الآلة التي تحملها، وان التلفزيون، جهاز يتطلب السرعة والمباشرة والآنية، والصورة الجميلة، والإثارة، والألوان الحية، ومكون أصلا للتسلية، ومتوافق مع غايته. **فوظيفته إثارة الإعجاب، وليس التثقيف، ولا يعمل على تعاقب الأفكار، إنما سيلا من الصور من دون تمييز**". "**فهو آلة اقتصادية، وليس أنبويا من الأفكار. وتحمل الآلة أخلاق صانعها ومنسجمة مع مجتمع الفردية "المتعية" والاستهلاك الفوري، وليس من طبيعتها إثارة النقد ونقل الأفكار وإنتاج قناعة معينة، إنما شيء مابين القبول السطحي والإشاعة الاجتماعية، فتصبح الثقافة البصرية تبعا لهذا ثقافة مجزأة مفتتة سطحية استهلاكية**"[٢].

"وأسهم التلفزيون في تفكيك البنى الثقافية القائمة، وهي غير قادرة وحدها على تشكيل بنى جديدة. وتأتي اهمية الترفيه في الثقافة البصرية من أنّ المشاهدة تطال أنماط التفكير، وأساليب ممارسته في الحياة اليومية والعملية، فتأتيه من حيث لايدري، لأنّه عندما يتعلّق الأمر بمشروع يخاطب الأحاسيس تسقط كلّ مقاومة وينتفي عملياً البديل"[٣].

---

(١) المصدر السابق نفسه.

(٢) ريجيس دوبريه، ((محاضرات في علم الإعلام العام. مصدر سبق ذكره))، ص١٤٩ص٢٠٤ص٢٠٦.

(٣) فريدريك معتوق، ((التلفزيون الذي يحتفل بمناسباتنا بالنيابة عنا))، الحياة، ١٩٩٥/٩/٢م.
نقلا عن: د.نهوند القادري، ((مصدر سبق ذكره))، ص٥١ص٥٢.



ويرى ادوارد سعيد ايضا: " إن سيل الصور والكلام المتدفق من التلفزيون يصبح بديلا من العمل الذهني، وتضمر بذلك القدرة على التفكير، لان الصورة جذابة توحي بالاسترخاء ومتعة التلقي، فتحل المشاهدة مكان المشاركة"[1].

٢- **الاتجاه النقدي**: يرى هذا الاتجاه في التلفزيون أداة لسيطرة رمزية "رأسمال رمزي". هذا ما ذهب إليه بيار بورديو P.Bourdieu عالم الاجتماع الفرنسي في نظرية "الحقل"، "ويقصد بالحقل كأي واقع يشمل مواقع محددة يحتلها فاعلون "مؤسسات أو فئات" تخضع تراتبية هذه المواقع إلى كيفية توزيع رأس المال الذي يأخذ إشكالا متنوعة "رأس مال اقتصادي أو رأس مال اجتماعي وثقافي ورمزي" وأي رأس مال يمثل سلطة، والعلاقات في الحقل لعبة تنظمها قواعد تعاون، منافسة، صراع ... . ومن اجل المحافظة على وضع النظام، يخضع لميزان القوى، فالمهيمنون مستفيدون دائما من ميزان القوى المائل لصالحهم"[2].

"وينسجم هذا التنظير في عمومه على المنطقة العربية، اذ يتسم مجال النفوذ بمستوى عال من الرأسمال السياسي الاقتصادي الذي ينفذ الى الرأسمال الأيديولوجي الثقافي. وانعكست هذه البنية المؤسستية على فوضوية الرأسمال الثقافي من جهة وتبعيته للرأسمال السياسي والاقتصادي من جهة أخرى*. وتاريخياً، فان الرأسمال السياسي في المنطقة العربية كان الأساس في ميلاد الرأسمال الاقتصادي ووجود ما يمكن تسميته الرأسمال الثقافي على أطراف هذه المعادلة من دون أن يسهم

---

(١) ادوارد سعيد، ((كيف تختزل صورة العربي والمسلم إلى معنى واحد هو الإرهابي: سلطة التلفزيون أو فقدان الدقة))، الحياة، ٢٤/٢/١٩٩٧م. نقلا عن: ((المصدر السابق نفسه))، ص٥٢ .

(٢)Pierre Bourdieu,((La Logique des champs,))dans:Pierre,Reponses:Pour Une anthropologie reflexive,avec[la presentation,les notes etlabibliographie de]Loic J.D.Wacquant,libre examen,politique(Paris:ed.du Seuil,1992),pp.71-73.

نقلاعن د.عبد الغني عماد، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٠٠ .

* فقد ينشأ المثقف او الاعلامي ويكتسب رأسماله الرمزي بشكل مستقل الى حد كبير ثم لا تلبث المؤسسة الاعلامية ذات الرأسمال الاقتصادي أن تستحوذ عليه فيصبح متحدثاً في سياقها فيضيف اليها المستوى العالي من الرأسمال الثقافي وهذا مايلاحظ في استقطاب القنوات الفضائية لشخصيات اعلامية او فنية أو حتى أكاديمية من هذا البلد أو ذاك.

في توجيه العملية السياسية والاقتصادية بشكل بارز، وحتى الأيديولوجية، وليدة الرأسمال السياسي، لم تتخذ من الرأسمال الثقافي الا بعض السند الذي أملته ظروف المرحلة، ومن ذلك توظيف بعض القواسم المشتركة مثل اللغة والدين والشعارات المرحلية. فقد ظهرت الحركات الاجتماعية والتاريخية الكبرى في المنطقة العربية، بالاعتماد على الرأسمال السياسي بالأساس، ولم تنفذ الى الرأسمال الاقتصادي الا بعد انتقالها الى مرحلة السلطة. وبمعنى آخر، فان السياسة مقدمة الرأسمال الاقتصادي وليس العكس[1].

ويتم تسخير الرأسمال الاقتصادي للرأسمال السياسي من جهة، وعدّ الرأسمال الثقافي "القيمي" وسيلة اضافية من جهة أخرى. فدخلت وسائل الرأسمال الرمزي الى المنطقة العربية بوصفها جزءاً من مؤسسة الرأسمال السياسي "الصحف الرسمية الأولى"، ولم تكن اعتبارات الرأسمال الاقتصادي حاضرة في البداية. واذا نظرنا الى التجربة الغربية، فاننا نجد أن الرأسمال الاقتصادي كان عاملاً، ان لم يكن العامل الأساس، في نشأة الرأسمال السياسي وتطوره. وقد انبثق الرأسمال الرمزي في هذه التجربة من الرأسمال الاقتصادي، مما مكن من عدّ مؤسسات الرأسمال الرمزي اقتصادية بالدرجة الأولى[2].

"وتفيد هذه الخلفية في عدّ الرأسمال الرمزي في المنطقة العربية مجالاً تابعاً يمارس نفوذه، ليس بحكم استقلاليته أو ارتباطه بالرأسمال الثقافي القيمي أو ركونه الى "الرأسمال الاقتصادي البحت"*، ولكن بحكم أنه وليد الرأسمال

---

(١) د.عبد الرحمن عزي وآخرون، ((ثورة الصورة: المشهد الاعلامي وفضاء الواقع ... مصدر سبق ذكره))، ص٩٩.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص١٠٠.

* الرأسمال الاقتصادي: يمثل الرأسمال المادي البنية الاقتصادية التي يقوم عليها الرأسمال الرمزي، ويكون شرطاً ضرورياً في تأسيسه لما تتطلبه وسائل الاعلام الحديثة من امكانات تقنية وبشرية ضخمة. ويتحول هذا الرأسمال الى محرك مادي آخر حين تسعى هذه الوسائل الى استقطاب المعلنين وتوسع جمهورها للحصول على المزيد من الرأسمال بوصفها مؤسسات تجارية ايضاً. ويكون الرأسمال الاقتصادي الداعم الأساس في جل هذه القنوات التي يصعب عليها الاستقلال عن مصادر هذا التمويل. وبمعنى آخر، فهي قائمة حتى وان كانت ليست مربحة تجارياً، ويكمن سر استمرارها في تمتين النظام الاقتصادي والسياسي وتسويق "صورة" موجبة عن طبيعته وأهدافه.



السياسي، على الرغم من أنه يحاول أن يتصف بالحياد "الأيديولوجي" في الجانب الاخباري تارة، وبالجانب التجاري "الجماهيري" في جانب الترفيه، تارة أخرى[1].

"وبحكم ارتباط الرأسمال الرمزي بالمجال السياسي، فان نفوذه يصبح عملية بنيوية تمتد الى مجالات تنفيذية وتشريعية وقانونية عدة. ويوجد الرأسمال المادي أكثر في المناطق العربية الثرية، أي البلدان الخليجية، مما يفسر لنا انتماء الجزء الأساس من الفضائيات الى هذا الرأسمال. ويتصف الرأسمال المادي في المنطقة العربية "بفك الارتباط" بين الرأسمال والقيمة، أي ينظر اليه بوصفه رأسمالاً وليس أداة تعكس القيمة، ويعدّ هذا الأمر الأساس في توجه الرأسمال الى الاستثمار في القنوات الترفيهية"[2].

وطرح هذا الأمر "صناعة الثقافة"* تيودور ادورنو في كتابه "جدل التنوير"، أو قبل ذلك ماركوز في كتابه "الإنسان ذو البعد الواحد" وتحدث عن الطريقة التي تمتع بها الثقافة "حاجات زائفة"، وبين فيه "صعوبة رفض الغواية الرأسمالية التي ترى إن الجماهير هي بالدرجة الأولى سوق ينبغي استثماره وقولبته وتوجيهه وإعادة تشكيل خياراته وتفضيلاته". فيتخذ الجمهور مواقف غير متلائمة مع انتمائه الطبقي أو القومي، وينجرف في خيارات ثقافية وسياسية متعارضة مع مصالحه، بفعل تأثير غير واع، أو مضلل، ويؤدي المنتجون والفاعلون من مفكرين ومثقفين أدوارا قد يعونها وقد لا يعونها لصالح فئات أو سياسات معينة[3].

ويعطي التلفزيون، تبعا لبورديو، "إيديولوجيا ناعمة متمثلة في الجرعات اليومية واللحظة التي تبثها وسائل الاتصال، ويمارس فيها نوعا من العنف الرمزي،

---

(1) د.عبد الرحمن عزي، ((مصدر سبق ذكره))، ص(١٠١.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص١٠٥.

* صناعة الثقافة "تسليع الثقافة": تحويل كل شيء "مادي أو غير مادي" إلى سلعة يمكن إنتاجها وتبادلها في السوق، وهي سمة مصاحبة للنمو الرأسمالي في نقد ما بعد الحداثيين. سبق ان اشارت الباحثة الى "التسليع"، في الفصل الاول.

(٣)Herbert Marcuse,One Dimensional Man;Studies in the Ideology of Advanced Industrial Society(London:Routledge and Kegan Paul,1964).

نقلا عن: د.عبد الغني عماد، ((مصدر سبق ذكره))، ص١١١.



وتأتي مخاطره من حقيقة إن للصورة تلك الخاصية التي يمكنها إن تنتج ما يسميه نقاد الأدب "تأثير الواقع". لذلك يرغب التلفزيون في استغلال وتملق أذواق مشاهديه، بتقديم إنتاج يتجسد نموذجه في المشاهد السريعة التي تستعرض التجارب المعاشة في الحياة دون أقنعة، ومتطرفة غالبا معدة لترضي الميول الاستعراضية التي تملأ مجتمعنا، لذا يتم العمل أكثر فأكثر على دمج كل شيء بالبرامج الترفيهية، فكل شيء أصبح للعرض"(١).

٢- **الاتجاه الفاصل**: "يفصل بين الجيل السابق من التلفزيون والجيل الحالي، نظم الأول على أساس الفصل بين الاتصال والمشهد، إما الاخر فجمع بينهما، فبعد إن كان التلفزيون بمثابة مرآة للإحداث غدا منتجا للحقيقة المتلفزة المستقلة. وأصبحنا نرى الكاميرات وطلب التصفيق مباشرة، وكاد التلفزيون الحديث يجعل اللاواقع بمتناول الجميع"(٢).

وعلى حد قول امبرتوايكو*: "لم يعدّ النمط الموسيقي يقرر بالضرورة النمط التالي، ولم يعدّ منطق الحقيقة الثنائي القيمة، الذي يتبع قاعدة "إما – أو" الكلاسيكية، والمقياس الفاصل بين الحقيقي والزائف. فإشكال المنطق متعددة القيمة هي الرابحة ألان، والقادرة على دمج اللانهائية، كركيزة فعالة، في العملية المعرفية ومثيرة للنشاط الإبداعي كمدركات مفتوحة، ومثال ذلك من الإعمال المفتوحة "تلفزيون الواقع"(٣).

---

(١) Pierre Bourdieu,((La Logique des champs,))dans:Pierre,Reponses:Pour Une anthropologie reflexive,avec[la presentation,les notes etlabibliographic de]Loic J.D.Wacquant,libre examen,politique(Paris:ed.du Seuil,1992),pp80-83

د.نهوند القادري، ((مصدر سبق ذكره))، ص٥٢.

(٢) المصدر السابق نفسه.

* رئيس المدرسة العليا للدراسات الإنسانية في جامعة بولونيا، ومؤلف روايات إلى جانب الكتب الأكاديمية، ومنها: "العمل المفتوح"، "نظرية السميوطيقا"، "السميوطيقا وفلسفة اللغة"، "حدود التأويل".

(٣) جون هارتلي، ((الصناعات الإبداعية ... مصدر سبق ذكره))، ص٢٣٣ ص٢٤٠ص٢٤١.



رابعا: مستقبل النظام العربي للاتصال الجماهيري

لايعني التساؤل عن غد "**النظام العربي للاتصال**"، التساؤل عن آفاق النظام الراهن ومستقبله، بل عمّا يجب إن يكون عليه هذا النظام في قرن يتنبأ الكل، خبراء وغير خبراء، بأنه سيكون قرن العلم، قرن الاتصال الجماهيري، قرن "**اللاماديات**[1]".

وحينئذ فان التحكم في الرأسمال المادي البحت غير كاف، لأن بقاءه وديمومته يحتاجان الى رأسمال آخر هو الرأسمال الرمزي، الذي تنتمي اليه الفضائيات[2].

ويتطلب من نظام الاتصال العربي تطوير المفاهيم والمقاييس التقليدية لظواهر السلطة والإنتاج، وخلق مفاهيم جديدة، والانتقال من ميدان الموارد الأولية إلى ميدان المقدرات الذهنية وراس المال المعرفي. ويقول يحيى اليحياوي: "**الشعوب لا ترث رخاءها أو تستورده، وإنما تخلقه وتصنعه على مر الزمن**[3]". ووجهة النظر هذه تطرح مسألتين:

١- قدرة الوطن العربي في الأمد القريب على إعارة العلم والقوى البشرية المكانة التي تتمتع بها في الدول المتقدمة، شرط إن تتوافر لديه العزيمة السياسية. "**فوسائل الاتصال في بيئتنا اليومية ليس علامة بدهية للحداثة. إن الحداثة الحقيقية تكون في البدء سياسية، وبعد ذلك فقط، قد تكون تقنية**".

٢- انتقاء الوطن العربي لتكنولوجيا الاتصال المناسبة، نظرا لاستحالة إنتاجها في الأمد القريب، لكن بشرط إن نختار التكنولوجيا التي تتطابق مع نوعية التنمية المنشودة.

---

(١) د.يحيى اليحياوي، ((في العولمة والتكنولوجيا والثقافة... مصدر سبق ذكره))، ص٩١ .

(٢) د.عبد الرحمن عزي وآخرون، ((ثورة الصورة: مصدر سبق ذكره))، ص١٠٥.

(٣) د.يحيى اليحياوي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٩٤.

"ولاتعني استثمار انجازات الآخر التكنولوجية تبعية له، أو إلغاء للهوية، بل هو شكل من إشكال الوعي بضرورة بناء الذات "الذات عند الفرد كيان وتنظيم وبناء معا، ولذلك فهي مركز الوعي والفكر والمعرفة والفعل والإبداع جميعا. وتقاس وفق هذا التصور "ذات الأمة" على التقريب نسبيا". ومهما تكن مصادر ذلك البناء، وهو، بآن فعالية دالة على الثقة بحصانة هذه الذات ضد محاولات التبعية، أو الهيمنة، أو الإقصاء من التاريخ. وسيكون القرن الحادي والعشرين قرن التكتلات الاقتصادية، وهذا ما نلاحظه راهنا على ضوء التجربة الأوروبية وغيرها. وللوطن العربي في ذلك إمكانيات اقتصادية وعلمية ضخمة، ناهيك عما يمتلكه من عوامل التكامل والوحدة: لغة، حضارة، ثقافة، دين ... الخ[1].

وتكمن أهم واجبات الباحثين في الاتصال الجماهيري في تقييم احدث ثورة اتصالية جماهيرية "البث الفضائي"، عبر الاتهامات المختلفة حول مسؤوليتها عن الآتي[2]:

١- تدني الذوق الثقافي لدى الجمهور.

٢- كبت الإبداع.

٣- خداع الجماهير عن طريق مظاهر السطحية وعدم التعمق السياسي.

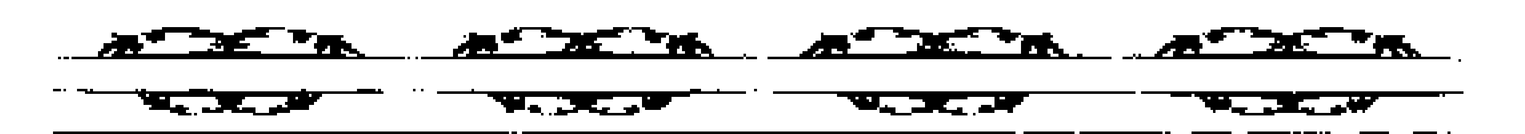
٤- المساهمة في إفساد الأخلاق.

ولا تتجسد في اختلال العلاقة بين الاتصال والثقافة فحسب، فهذه المشكلة جزء من الأزمة الكبرى للأمة العربية والمتمثلة في اهتزاز الرؤية نحو هويتنا الذاتية ومكوناتها الفكرية والثقافية وكيفية تحقيقها في واقع حياتنا، ولذلك لا ينبغي إن نحمل الاتصال وحده المسؤولية كلها في علاج المشكلة، فيحتاج العلاج جهود المفكرين والساسة والمثقفين والمربين والإعلاميين، وينبغي إن لا نغفل عن ثلاثة عناصر آخرى، وهي:

---

(١) مجموعة مؤلفين، ((بعض التساؤلات حول علوم الإعلام والاتصال... مصدر سبق ذكره))، ص٥٠١ص٢٩٥ .

(٢) مدي فلور، س.بال روكاخ، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٥ .



١- **تهيئة الكفاءات البشرية التي يقع على عاتقها صناعة تلك الثقافة في وسائل الاتصال.** إن صناعة المادة الثقافية فن له متطلباته، ولا يصلح كل مثقف ليقدم برنامجا ثقافيا أو متخصصا، إننا بحاجة إلى طبقة مختصة من الإعلاميين يمتلكون الرؤية الإعلامية باحتراف، وفي حاجة دائمة إلى الاعداد والتأهيل، والتدريب في الوطن العربي يميل في اغلبه نحو التعميم، في حين تتزايد الحاجة إلى تدريب متخصص[1].

"وينبغي التحذير من الاستعانة بخبرات غير عربية، ذلك المجال الذي يتناول عمليات تشكيل الاتجاهات والأفكار، فالإيديولوجية وليست الممارسات المهنية الجيدة هي التي تنقل الينا عن طريق الخبرات الأجنبية بطرق عديدة ومتعمدة"[2].

٢- **توفير الدعم المادي لتمويل إنتاج البرامج التي تجسد الثقافة العربية وتقدمها للجمهور في إطار رفيع من الحرفية والإتقان المهني.** فالإعلام الغربي قائم على قواعد تجارية بحتة بحيث يمول نفسه بنفسه، والإعلام العربي في المقابل وفي عمومه، "مع وجود بعض الاستثناءات"، يعتمد على التمويل الحكومي أو شبه الحكومي وليست هناك سوق إعلانية قوية يمكنها أن تسند الكم الكبير من الفضائيات. معنى ذلك أن تبني الإعلام الغربي نمط معين من الأداء، حيث سرعة الإيقاع، والإثارة، والبرامج السريعة يمكن أن يكون مفهوماً، وفي المقابل ليست هناك ضغوط "سوق" على الفضائيات العربية لتتبنى النمط نفسه من الأداء[3].

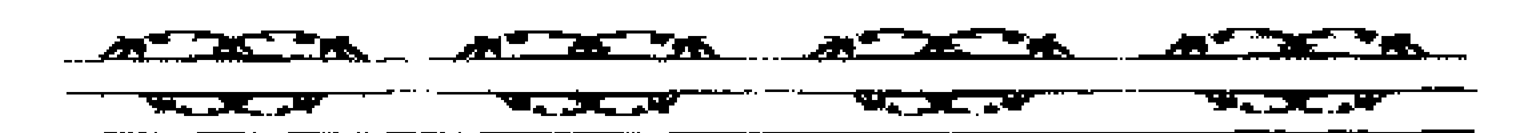
ولا يمكن للثقافة إن تتنافس بالإنتاج المتألق إلا بتوافر تمويل كافي، ولايتوقع إن يأتي من أصحاب القنوات الفضائية الذين يبحثون عن العوائد لاستثماراتهم، **ومن هنا فلابد من تضافر جهود الحكومات، وشركات القطاع الخاص. ومن المؤسف إن تتخلى الحكومات في الإنفاق، متجاهلة إن الإنفاق على المواد الثقافية في حقيقته استثمار وطني تجني ثماره الأجيال. كما إن القطاع**

---

(١) د. راسم محمد الجمال، ((الاتصال والإعلام ...))، مصدر سبق ذكره، ص٢٢٢.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص٢١٨.

(٣) خالد الحروب، ((الاعلام العربي والاعلام الغربي: فروق سوسيولوجية))، ٢٠٠٥/٢/١٧م www.alwihdah.com



الاستثماري الخاص في ميدان الاتصال، ومن اجل المحافظة على امتيازاته، وقف إلى جانب القطاع الاتصالي الحكومي لخدمة أهداف الأنظمة السياسية[1].

٣- العنصر الثالث يتعلق بطبيعة وثقافة ومستوى تعلم الجمهور. يشتغل الإعلام الغربي في بيئة ليست فيها مستويات أمية عالية، وفضلا عن ذلك تمتاز بيئة الإعلام الغربي بأنها بيئة مشاهدين ناقدة وهي خلاصة ثلاثة قرون من الحداثة السياسية والثقافية التي أعادت صياغة العقليات والمفاهيم وطرائق التحليل والنظر للأشياء بشكل يختلف عن السمات التي تميز الوسط العام للمشاهدين العرب، فهنا نرى نسبة أمية قراءة وكتابة مرتفعة جداً تصل في بعض المجتمعات العربية إلى نصف المجتمع، يُضاف إلى الأمية المباشرة أميات ثقافية مركبة. ويعني هذا أن تأثير الإعلام الغربي في المجتمع الذي يتوجه إليه يختلف كثيراً عن التأثير الذي ينتج عن الإعلام العربي في المجتمعات التي يتوجه إليها. فإن عمق تأثير الإعلام في المجتمعات النامية، لاسيما عندما يقلد إعلام المجتمعات المتقدمة، يكون كبيراً[2]*.

ولكن مع ذلك مثلت الفضائيات العربية خطوة حقيقية في الإعلام العربي سواء على صعيد الخطاب الإعلامي وتحديثه أو تطوير فنون العمل التلفزيوني، ولابد من الاعتراف بتواجد هذا الإعلام المستجد في الساحة العربية، ومع التقدير لكل الإيجابيات لما أفادت به المواطن العربي من إطلالة على الأحداث، ونقل صورة الآخر إلينا ونقل صورتنا إلى الآخر، لأن في هذا ضرورة وقد يكون طريقنا نحو المشاركة في صناعة الحضارة الإنسانية التي غبنا عنها لقرون طويلة. فقد أتاحت وسائل

---

(١) د.صباح ياسين، ((مصدر سبق ذكره))، ص٤٢ص٤٣.

(٢) خالد الحروب، ((مصدر سبق ذكره)).

* البرامج الحوارية ذات الصبغة التهجمية والتي هي مستوردة من أداء الإعلام الغربي. لاتعمل تلك البرامج على تعميق الاستقطاب السياسي والأيديولوجي في الغرب بسبب وجود حياة حزبية وآليات نشاط سياسي غير الإعلام في المقابل فإن نسخ تلك البرامج وتبنيها في الإعلام العربي يترك آثاراً سيئة عندما يستقبله مشاهدون في بيئة نصف أمية ويغيب عنها الانفتاح السياسي المعقول. والمطلوب إعادة صوغها بحيث تبتعد عن طبيعتها الاستقطابية والتفتيتية الراهنة.

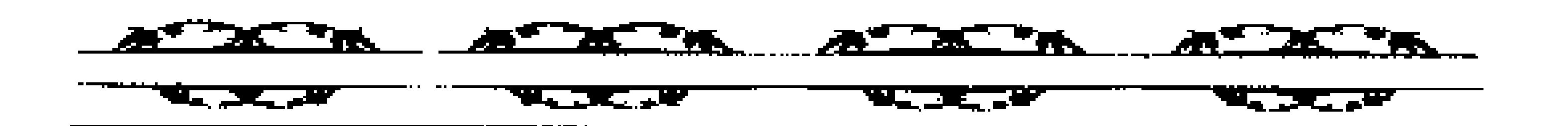
الاتصال الحديثة للجمهور دور مزدوج "المبدع/ المتلقي" إن يكون منتجا وفاعلا سواء كان على مستوى الفرد أو الجماعة أو القومية، وحتى العالمية. وتأسيساً لهذا يجب ان تنطلق الفضائيات من أسس ثابتة لشخصية عربية ذات مقومات ثقافية، وذلك تخفيفا من حدة النتاج المستورد، ويجب إن لاتكون برامج الفضائيات مرآة عاكسة للواقع، ولكن إن تكون أداة تغيير وحث على الجدية والبناء، ولسنا مع مقولة إن الجمهور هو الذي يطلب، يتابعها لأنها المتاح الوحيد، ولا يرى شيئا غيرها[1].

"ونؤكد أنه في عصر العولمة وسيادة آليات السوق، وتراجع أدوار الدولة في مجالات الصحة والتعليم والتوظيف وتراجع المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام الجماهيري، فلن يبقى في الحقيقة غير الفنان وضميره سواء أكان معدا أو مقدما أو مخرجا أو قائما على إدارة محطة راديو أو قناة تلفزيونية، أو قيادة شركة إنتاج فني أو غيرهم ممن يمتلكون ملكا لم يعطه الله لحاكم عربي، فهم يمتلكون قلوب مئات الملايين من الجماهير المتمسكة بالواقع، ممن يعدّون شاشات الفضائيات جنات حاضرهم هربا وتسلية وتعلما، وإن لم يخفف عنهم وينسهم فهو أيضا يرسم لهم ودون أن يشعروا معالم مستقبلهم وطرق تفكيرهم[2]".

---

(1) ابتهامة الجندي، ((الإعلام العربي قلق الهوية- وحوار الثقافات، دراسة في إعلام المنطقة العربية))، دمشق، نينوى للدراسات والنشر والتوزيع، ٢٠٠٥م، ص٣٦.

(٢) دويدار الطاهر، ((مصدر سبق ذكره))، ص٨٩.



المبحث الثاني

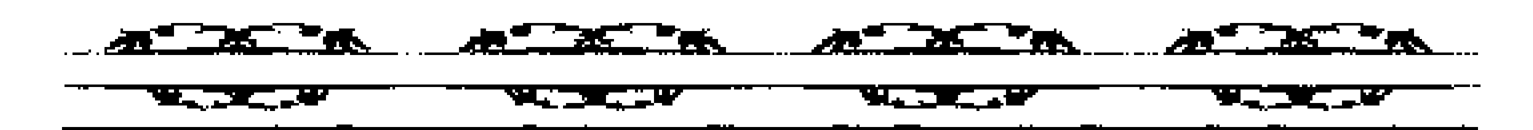
الإبداع الإعلامي العربي

أولا: الإبداع الإعلامي وهم الحاضر وطموح المستقبل

ماذا حققت الفضائيات العربية للجمهور العربي؟ هل أسهمت في طرح أفكار سياسية ورؤى أيديولوجية فاعلة، وقدمت شخصيات فكرية وسياسية أو حتى مجتمعية، وهل اقتربت من قضايا المجتمع العربي، والمجتمع الدولي، وحاولت تقريب وجهات النظر في إطار ما يسمى حوار الحضارات كبديل لما يروجه آخرون حول صدام الحضارات؟*.

* إن المنطلق المركزي لأطروحة صاموئيل هانتنغتون "صدام الحضارات" ١٩٩٣م، هو تبنيها لفكرة عدّ الحضارة العامل الجديد الذي سيتحكم في صيرورة العلاقات الدولية، وبالتالي فالانقسامات الكبرى في العالم ستكون انقسامات ثقافية تتصادم في إطارها مجموعة من الكتل الحضارية المتنافسة. وسيكون هناك طور جديد من السياسة العالمية تكون فيه الثقافة هي الباعث الرئيس للانقسامات الكبرى بين الشعوب والمصدر المسيطر للصراع الدولي ويشكل الدين القوة المركزية التي تحرك الناس وتحشدهم والعلامة الفارقة للتمييز بين الحضارات، فيمكن للشخص إن يكون نصف عربي ونصف فرنسي، ولكن من الصعب إن يكون نصف مسلم ونصف كاثوليكي. وتهتم الأطروحة بشكل محوري بالعالم الإسلامي كمجال حضاري استراتيجي له موقع مركزي في العلاقات الدولية المستقبلية، وحاولت تسويق صورة سلبية عن الإسلام واصدر هانتغتون مجموعة من الأحكام القيمية المتسرعة حول الإسلام وهي مخصصة للاستهلاك الإعلامي وتعبر عن فهم سطحي للإسلام، وترويج فكرة خطيرة مفادها إن للإسلام حدودا دموية وهو مسؤول عن الصدامات والحروب التي يعرفها العالم.

نقلا عن: د.محمد سعدي، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٧.



إذ تبدو الفضائيات العربية كأدوات لتحقيق المكاسب في صراع على "النفوذ السياسي والمالي"* لهذه الدولة أو تلك، لهذه الفئة أو تلك. واتجه العديد من رجال الأعمال العرب إلى الاستثمار بإنشاء المحطات الفضائية. وأغلب القنوات مملوكة لجرال أعمال سعوديين الذين أضحوا المصدر الأول للاستثمار في مجال البث الفضائي[1].

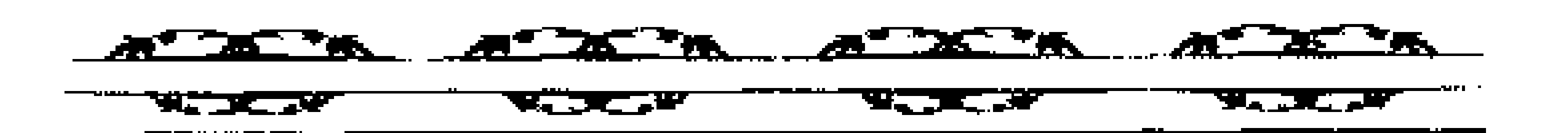
"وعلى الرغم من التزايد الكمي للقنوات الفضائية العربية، لم تسجل تطورا مماثلا في نوعية المادة الاتصالية المقدمة. وتكمن أهم أسباب ضعف إعلامنا العربي، افتقاره لصناعة الإبداع وميله للتقليد أفقدته الأمل في المنافسة. ويؤدي العاملون في هذا الوسط عملهم بشكل روتيني يفتقر للحس الإبداعي، ولذا يتعين علينا ألا نظل مجرد مستهلكين سلبيين وإنما أن نفرض وجودنا كشركاء ومساهمين في مجتمع الاتصال والمعرفة الجديد. إذ يتعلق الامر بالرأسمال الرمزي بالاعلام عامة، والفضائيات على وجه التحديد، لرمزيتها "أي حديث عن الواقع" ونفوذها "المؤثر الأساس في حال تفكك البنية الاجتماعية في العصر الحديث". وينتمي الرأسمال الرمزي الى مجال الاستقطاب، أي أنه فضاء واسع برموزه، وتتداخل فيه المصالح والاعتبارات المختلفة، ويصعب تثبيته من دون البناء المستمر. كما انه عرضة للتشويش الدلالي والدعائي مما يجعله أكثر أنواع الرأسمال جدلية. **ويستمد**

---

* في الجلسة التي أعدتها قناة «العربية» ضمن جلسات منتدى الإعلام العربي الذي استضافته دبي في نيسان ٢٠٠٨م لمناقشة «وثيقة تنظيم البث الفضائي العربي» التي أقرها وزراء الإعلام العرب. تحدث مدير أخبار قناة العربية نخلة الحاج بصراحة لافتة عن **دور المال السياسي في فرض أجندته الخاصة على الخطاب الإعلامي للمحطات الفضائية الإخبارية العربية عموماً**، وشدد على أن تحرر هذا الخطاب بشكل حقيقي وفعال يكمن في التخلص **من هذا التمويل والعمل على تأمين مصادر أخرى. كلام نخلة الحاج عن ضرورة التخلص من المال السياسي بدا غير مألوف لدى الحضور، على اعتبار أن القناة التي يدير أخبارها تمثل أكثر المحطات المتهمة بالتحيز تبعاً لرأسمالها السعودي، نقلا عن:**

http://www.raya.com/site/topics/article.asp?cu_no=2&item_no=326521&version=1

(1) فرانك مرمييه، ((الفضاء العربي..مصدر سبق ذكره))، ص٥٥ .



الرأسمال الرمزي قوته، من قدرته على النفوذ الى عقول الأفراد وبنيتهم الذهنية والثقافية[1].

ويعدّ الرأسمال الرمزي في المنطقة العربية حاضر بشكل بارز في الحقل الاعلامي على أكثر من مستوى: في "الفضائيات الترفيهية، والفضائيات الاخبارية شبه المستقلة". وقد يبدو المشهد الإعلامي العربي تنوعاً في الظاهر، الا أنه يعكس خطابا تتوزع فيه الأدوار حسب الهدف والفئة المستهدفة. فالفضائيات الترفيهية من نوع واحد وان تعددت أسماء القنوات، ويؤدي خطابها أدواراً اجتماعية غير وظيفية، ومنها تحييد القيمة، اضافة الىٰ مهمة الالهاء. ولاتبدو ظاهرة الالهاء منفصلة عن تلك القضايا التي تتعلق بالتنفيس عن الواقع، الذي يتسم بدوره، بغياب القيمة وبالتخوف من الاتجاهات المثارة خارجياً بشأن "الديمقراطية" و"حقوق الانسان"، أو تأثير القضايا الاقليمية في فلسطين والعراق التي قد تغرس في نفوس الكثير من الفئات الشابة الاحساس بالغضب، **"وتحمل هذه الظاهرة اخلالاً اجتماعيا من نوع آخر، اذ يتم الهروب من واقع حقيقي الى رمزي، لايشد الى الواقع بقدر ما يحوله الى حالة تتعايش فيها الاشباعات الغريزية والأوهام المرتقبة. ويكمن الاخلال في هذه العملية الرمزية في منع هذه الفئات من التعامل مع واقعها[2].**

ويحمل الخطاب الاخباري في الفضائيات الاخبارية "شبه المستقلة"، أيديولوجية محايدة، "أي موضوعية"، لاتشكل "ازعاجاً" للخطاب السياسي السائد، بفعل حركة العملية الاخبارية في دائرة القضايا العربية عامة البعيدة نسبياً عن الواقع المحلي "غير ملموسة". ويبدو أن اللغة الاخبارية، وبحكم تكرارها، لم يعدّ المتلقي "يحس كثيراً" بوقع هذه اللغة عليه، وذلك ما قد يفسر جزئياً "سكون" المجتمع، "ابقاء الوضع على ماهو عليه" في المنطقة العربية تجاه القضايا المصيرية كالعراق مثلاً. ومعروف اعلامياً أن كثرة التعرض "للشيء نفسه" يؤدي الى فقدان

---

(١) د.عبد الرحمن عزي وآخرون، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٠٥.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص١٠٦.



الاحساس به عبر الزمن "فقدان التحسس Desensibilization". فضلا عن ذلك اضفاء الطابع الدرامي على القضايا الجدلية قد يضعف هيبتها، ويحولها ترفيهية على النحو الملاحظ في عدد من البرامج المسماة "الساخنة"[1].

ثانيا: الكفاءات الإبداعية في الاتصال الجماهيري

أ- تطرح كلمة إبداع إشكالا لاسيما عندما يدور الحديث حول المبدع في مجال الاتصال الذي يجمع أعمالا مختلفة بين الأداء والتنفيذ والابتكار وقد يصعب إسناد صفة الإبداع إلى كلّ الفئات المذكورة، إذا علمنا "**يفيد فعل الإبداع الاختراع والإنشاء، فالإبداع حينئذ فعل مشروط بعدم النّقل والتكرار لأنّ المنقول المكرّر إنما يحمل معه صورة المثال الأوّل المنسوبة إلى الفاعل الأوّل مصدر البدء، ولا يصحّ في هذه الحالة أن يستنفذ فعل النّقل والتكرار معنى الإبداع**"[2]. إلاّ أنّ النّقل، في حال الترجمة مثلا، فعل، على الرغم من كونه قائما على التشابه بين المعاني الأصليّة المنقولة، فإنّه لا يخلو من إعمال الذّهن والخيال في وضع العبارات، والمفردات، الموصلة إلى تحقيق معادلة التماثل بين صور المعاني المتشكّلة ضمن سجلاّت لغويّة مختلفة، لذلك يجوز إسناد صفة الإبداع إلى المترجم إذا كان عمله غاية في الحفاظ على أصول المعاني أثناء نقلها من لغة إلى أخرى[3].

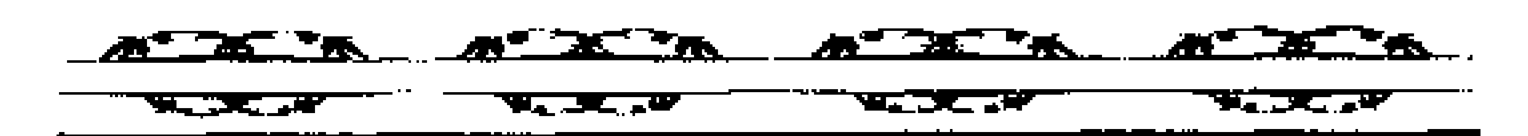
---

(١) د.عبد الرحمن عزي وآخرون، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٠٧.

(٢) إبراهيم أنيس وآخرون، ((المعجم الوسيط))، القاهرة، بدون.

نقلا عن: د.زيد الهويدي، ((الإبداع..مصدر سبق ذكره))، ص٢٧.

(٣) د.عبد الله الحيدري، ((الصناعات الإعلامية العربية- قراءة في وسائل الإنتاج))، البحرين، جامعة البحرين/قسم الإعلام، مدونة اجيال، ٢٠٠٧م، ص٤. مشروع إنجاز هذه الدّراسة كان بطلب من اتّحاد إذاعات الدّول العربيّة في البداية، و يتفرّع المشروع إلى قسمين: يدرس الأوّل، ويشرف عليه الأستاذ عبد القادر رحيم، مضامين الإنتاج الإعلامي في البلاد العربيّة، فيما يبحث القسم الاخر وهو تحت إشراف د.عبد الله زين الحيدري مستوى وسائل الإنتاج، ولمّا بلغت الدّراسة مرحلتها الأخيرة، ارتأت إدارة الاتحاد إدراج تغييرات منهجيّة، منسجمة مع عمل اتحاد إذاعات الدول العربيّة من خصائص، أفضت إلى استبدال الفريق الأوّل في مجال التلفزيون بفريق آخر. ولهذا لم تنشر الدراسة.



ب- "ويتم تداول صفة الكفاءة بشكل عشوائي في الحقل المهني للاتصال، وتتسع لتشمل كلّ الذين لهم حضور إعلامي مكثّف بصرف النّظر عمّا إذا كان هذا الحضور خالياً من الإبداع أو مرتبطاً بشيء مبتكر، وهكذا ظلّ المبدع من يبتدع أسلوبا في الحضور الميدياتيكي". وأتاحت تقنيات الاتصال الحديثة للإنسان مجالا أرحب للتفكير، للإبداع، للتواصل، ولم يكن متاحا بالصّورة التي نشهدها اليوم، ويعيش الجمهور منظومة جديدة يصنع عن طريقها زمنا جديدا، "هوّ زمن الوسائط الاتصاليّة، أو ما نسمّيه "بالزّمن الميدياتيكي""، إحالة إلى كلمة: "ميديا" وتعني الوسيط أو وسيلة الاتصال. ويعرف الزمن الميدياتيكي: بأنه "الزمن الذي نحقّقه في صلاتنا المستمرّة مع وسائل الاتصال بوصفنا أفرادا اجتماعيين ولا يعدو أن يكون زمنا وسائطيًا لاعتمادنا، في الإنتاج والتفكير والتواصل والتفاعل، على تقنيات الاتصال. ويضمنا الزّمن الميدياتيكي بوصفنا متابعين، مستهلكين للصّناعات الاتصالية "الإعلامية" المتدفّقة بشكل مباشر وكثيف لم يشهده تاريخ صناعة المضامين[1]".

ج- وتدفع العالم ومنه الوطن العربي حماسة كبيرة للقنوات الفضائية، تشارك فيها الحكومات والمعارضة السياسية والاستثمارات "ولاسيما الخليجية"، وصار الإعلاميون يتمتعون بأهمية كبيرة في سوق تشهد تطورا كبيرا، وقد تضاعفت رواتبهم خمس مرات أو ستا. وقد غلب على التلفزة العربية سابقا تبعيتها الكاملة للأجهزة الحكومية، حتى إن العاملين فيها لم يكونوا أهل صحافة وتحرير، بل غرباء عن هذا العالم المهني القائم في الصحافة

---

(١) د.عبد الله الزين الحيدري، ((ما المقصود بالزمن الميدياتيكي؟))، مدونة أجيال.

www.abdallahidri.jeeran.com



المكتوبة، وقد يتفاءل بعض الدارسين في أن القنوات الفضائية الجديدة والمتعددة ستروج للمهنية الإعلامية والديمقراطية والتعددية الفكرية والسياسية والحريات السياسية والعامة[1].

وترتبط وظائف "المبدعون في الاتصال بالإحداث الموجودة في الحياة، وينقسمون إلى كتّاب السّيناريو ومؤلّفي النّصوص المسرحيّة والمسلسلات ومعدي ومقدمي البرامج والمترجمين والإعلاميين والمتخصّصين في الكتابة إلى الطفل، ونجد أنّ نسب حضورهم تختلف من قناة إلى أخرى حسب تخصص القناة". وتعدّ الحلقة المركزيّة في الإنتاج السّمعي المرئي كامنة في ما يدفع بالمعاني إلى التحوّل من سجلّها الطبيعي إلى سجلّ اصطناعي "السيناريو"، وهو "الأصل في منح المعاني أبعادا حسّية جديدة ينسجم بمقتضاها المعنى مع منطق الوسيط التقني"[2].

وأدركت المؤسّسات الاتصالية الغربيّة أهميّة هذا التخصّص الذي تقوم عليه الصّناعات الثقافيّة لتعتني به ضمن برامج التدريس والتدريب بتكوين متخصّصين في كتابة السّيناريو، بينما لا يحظى الموضوع ذاته بالتفكير في كليات الإعلام العربيّة المهتمة في تكوين الصّحافيين، باستثناء مصر نظرا لوجود عراقة تاريخيّة في الصناعة السّينمائيّة أسهمت في وضع تقاليد الكتابة، ولا يختلف الوضع في تقدير معدي البرامج الحوارية لعدّها ضعيفة هيّ الأخرى، ويعود هذا الى وجود أزمة المضمون[3].

وأدت ثلاثة عوامل رئيسة إلى تعاظم أهمية عنصر المضمون في منظومة التمية المعلوماتية، ولاسيما الإعلام لعده بلا منافس هو أكثر مجالات المضمون

---

(١) فرانك مرميه، دينا الخواجة، ((الفضاء العربي.مصدر سبق ذكره))، ص٢٧.

(٢) د.عبد الله الحيدري، ((الصناعات الاعلامية.مصدر سبق ذكره))، ص١١ .

(٣) د.عواطف عبد الرحمن،((قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث))، الكويت، عالم المعرفة، ١٩٨٤م، ص٢٧.



تأثيرا على المستوى الاجتماعي إذ أثبتت التجارب أن الإعلام يمكن أن يسهم في التنمية المجتمعية، وهي[1]:

١- طلب متزايد من منظور تطبيقي: لتنامي الطلب على المضمون تعليمياً وإعلامياً وثقافياً.

٢- طلب متزايد من منظور تكنولوجي: نتيجة التوسع في شبكات اتصالات النطاق العريض والانتشار الكبير للفضائيات والهواتف الخلوية ومواقع الانترنيت.

٣- طلب متزايد من منظور اقتصادي: إذ يعتمد اقتصاد المعرفة على التعامل مع كم هائل من المعرفة علاوة على إنتاجها بمعدلات متصاعدة.

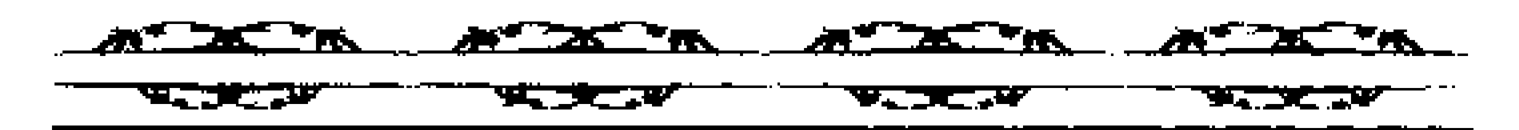
ونلخص فيما يلي أبرز ملامح الوضع الراهن في صناعة المضمون الاعلامي[2]:

١- تحسن ملحوظ في المحتوى الإعلامي: لاسيما على الصعيد الإخباري والبرامج الحوارية، وقد كانت الفضائيات غير الرسمية هي رائدة هذا التحول النوعي إلا أن التحسن امتد كذلك إلى الإعلام الرسمي بفعل نزعة الحرص على البقاء في سوق إعلامية- إعلانية شديدة التنافسية. لقد أثبت الإعلام العربي قدرته على المنافسة عالمياً وخير شاهد على ذلك استرداده لقسم كبير من جماهيرته التي سبق وأن تسربت منه إلى القنوات الأجنبية، ولكن هذا التحسن يظل مهددا إن لم يتم مداومته على صعيد المضمون، لاسيما وأن الإقليم العربي منطقة جذب كبير لمؤسسات الإعلام المتعددة الجنسية التي شرعت بالفعل في تقديم خدماتها باللغة العربية نظراً للأهمية السياسية والاقتصادية للمنطقة لاسيما في ظل الارتفاع الحالي في عائد صادرات النفط.

---

(١) د.نبيل علي، ((تعزيز صناعة المحتوى العربي))، دراسة اعدت للامم المتحدة ضمن مشروع تعزيز وتطوير صناعة المحتوى الرقمي العربي، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا "الاسكوا"، ٢٠٠٦م، ص٧.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص١١ص١٢ص١٣.



٢- عدم الإعداد للتوجه الإعلامي المتنامي فيديو- تحت- الطلب: تؤكد شواهد عديدة أن فك الارتباط الزمني بين المرسل والمستقبل عن طريق أسلوب فيديو- تحت- الطلب قادم لا محالة من أجل تحرير المتلقي من المرسل تجاوبا مع مبدأ التمركز حول المتلقي، وقد تم تطبيق هذا الأسلوب بصورة محدودة للغاية في قنوات بث الأفلام السينمائية. وسيحيل هذا التوجه مؤسسات الإعلام إلى مستودعات برامج وإلى تزايد الطلب على المضمون الإعلامي وتنوعه.

٣- **إهدار الأرشيف الإعلامي**: لايزال الإعلام العربي غير مدرك لأهمية الدور الذي يؤديه الأرشيف في الإنتاج الإعلامي وربما يرجع ذلك إلى ضعف الطلب عليه نظراً لقلة الدراسات والبحوث في المجالات التاريخية والاجتماعية والسياسية وإلى ضمور الإنتاج الوثائقي إلى الآن، وقد سعت بعض دور الصحف العربية كالأهرام المصرية وجريدة الحياة اللندنية في إتاحة أرشيفاتها للجمهور.

٤- **مبادرات مشجعة في الإعلام الوثائقي**: تزايد الاهتمام مؤخرا بالإعلام الوثائقي من قبل عدد قليل من الفضائيات العربية وبرغم كونه يعتمد أساساً على ترجمة البرامج الأجنبية بيد أن هناك مبادرات مشجعة لإنتاج وثائقي عربي أصيل، ويتطلب إنتاج المحتوى الوثائقي خاصة في المجال العلمي- التكنولوجي كلفة عالية وخبرة متقدمة في تصميمه وإخراجه وهو ما يتطلب تأهيل كوادر عربية متخصصة في هذا المجال، وهناك تجارب عربية ناجحة في السينما الوثائقية يمكن أن يمثل أصحابها نواة لصناعة إعلام وثائقي جيد والذي سيتنامى الطلب عليه مع التوسع في استخدام فيديو تحت الطلب، وكذلك بسبب تزايد الاهتمام بالثقافة العلمية التكنولوجية.

٥- **عدم الإعداد للنقلة النوعية الوشيكة لاندماج التليفزيون والإنترنت والهواتف النقالة**: وهو ما سيتطلب محتوى مختلفا كما وكيفا عن المحتوى الإعلامي التقليدي[1].

---

(١) د.نبيل علي، ((تعزيز صناعة المحتوى ... مصدر سبق ذكره))، ص١٥.

ثالثا: أسباب وحلول أزمة الإبداع الإعلامي

تعود أسباب أزمة المضمون الإبداعي إلى عوامل مختلفة يمكن حصرها في الآتي[1]:

١- **يكتسي الإبداع الإعلامي في الأقطار العربيّة طابعا حكوميًا**، يتضح في ما يتمّ إنتاجه من مضامين مغالية للقيم والمعايير السّياسيّة السّائدة، في الوقت الذي ينبغي أن يكون فيه **الإبداع فعلا متحرّرا**، بعيدا عن الولاء للسّلطة مهما كانت طبيعتها سياسية أو اقتصادية، ومحرّكا للتطوّر الاجتماعي. ويجب أنّ يعمل المبدع في الوطن العربي ضمن بيئة خالية من الرّقابة ومن تأثير قوى الضّغط في المجتمع، ولذلك يتوجب على وسائل الاتصال إعادة صياغة أسسٍ جديدة لقوانينها والتعايش الاجتماعي، وذلك لتحفيز الجمهور على التواصل والإبداع فيما بينهم بوسائل أفضل. وبعبارة السيد بول كيوفينسكي وهو مؤسس "فاوندر أوف فايسز ميوزيك" وبالاشتراك مع الفنان والشاعر "ريفز" إثناء انعقاد "القمة العالمية للإبداع"*، **وقد قال الاثنان معاً: "يجب إن تعمل وسائل الاتصال بلا قيود ذات المضمون الجدلي والخلافي، وتتبنى الابداع بطريقة القفز فوق حواجز النجمة السداسية، والصليب، والهلال، إذ يشكل التفاهم ما بين الأديان مدخلاً لوضع أسس شراكات إبداعية وقيمة تنعكس إيجاباً على المجتمع. وأن الاختلاف الثقافي هو صنيعة القوى المسيطرة على العالم، والتي تعتمد على سياسة "فرق تسد". فتحدي وسائل الاتصال الأفكار ومقارعتها وبضرورة الإبداع بغية تخطي**

---

(١) د. عبد الله الحيدري، ((الصناعات الإعلامية العربية- قراءة في وسائل الإنتاج))، مصدر سبق ذكره، ص١١.

* **"القمة العالمية للإبداع والمشاريع المميزة": هي مبادرة غير ربحية تتوخى نسج الأفكار المميزة لعدد من ابرز الشخصيات العالمية بهدف استخدام الإبداع كحافز للمنافسة والسلام، وترتكز مبدئيا على تطوير قائمة مستقبلية لمسؤولين من أصحاب المبادرات في عالم الأعمال والاعلام والمخترعين في شتى الميادين عن طريق تشجيع التعاون والدفع لاتخاذ المبادرات وإبراز الإمكانيات اللامحدودة للإبداع عبر قطاعات الاعلام والمجتمع.**



الحواجز بين الناس وبقبول الآخر واحترام معتقداته يؤدي إلى أطرٍ جديدة للتعامل الإنساني والتعاون بين الثقافات التعددية[1].

٢- "يعود الأصل في الإنتاج الإعلامي العربي إلى واقع التفاصيل السطحية للمجتمع، وتصوير ما يعرف في علم الاجتماع "الزّمن الاجتماعي"* بدون وعي إعلامي. ولكي يظلّ الواقع الإعلامي ناقلا ومفسّرا للواقع الاجتماعي دون سواه "خيال"، ازدادت أهمية "الزمن الإعلامي" مع تنوع وانتشار وسائل الاتصال في المنطقة العربية، وأصبح يعيد وبإشكال متعددة تشكيل الزمن الاجتماعي في واقع غير فاعل ثقافيا في المنطقة العربية[2]".

ويعدّ "الزمن الإعلامي" طرفا أساسا في "تطور الزمن الاجتماعي"، وان سيادة الزمن الإعلامي يعود إلى سيطرته على زمن الإفراد، وذلك، ما يظهر في حجم الساعات التي يقضيها الفرد مع التلفزيون. وبمعنى آخر، فقد تقلص زمن العلاقات الاجتماعية مع ظهور أي وسيلة اتصالية جديدة. فبظهور التلفزيون أصبح الفرد يرى بعينه أكثر من الرؤية بالإدراك والوعي الفردي أو الجماعي. وأسهمت شبكة الانترنت في استهلاك ما تبقى من الزمن الاجتماعي بحجة إن هذا الاتصال تفاعلي يعوض الزمن الاجتماعي المفقود في الوسائل الاتصالية الأخرى. "فقد طغى مضمون

---

(١) مؤتمر القمة العالمية للإبداع والمشاريع المتميزة، دبي، الخميس٢/٤/٢٠٠٨م.
http://www.ameinfo.com/legal/

* الزمن: وتيرة حركة الإنسان في مجتمع ما. واتخذ الزمن في الفكر الغربي إبعادا فلسفية عدة، فأفلاطون يعدّ الزمن "صورة حركية من الخلود". إما ارسطو فيرى إن الزمن "لا ينفصل عن التغيير. فإذا لم نستطيع تجربة التغيير في وعينا أو إننا لم نع ذلك فلا زمن يمر. فنحن لا نكون واعين بالزمن إذا لم نحس بالتغير. ويرى ليبنيز إن المكان والزمن نظم ومستويات من الأشياء وليس أشياء في حد ذاتها. ويعدّ كانت "إن الزمن ليس شيئا موضوعيا فهو ليس شيئا ماديا أو حادثا أو علاقة، ولكنه ظرف ذاتي مرتبط بالضرورة بطبيعة العقل البشري.
www.math.siu.edu/kocik/timehist/timeh.htm."History of the Concept of Time"

(٢) د.عبد الرحمن عزي، ((الزمن الإعلامي والزمن الاجتماعي:قراءة في تفكك بنية التحول الثقافي بالمنطقة العربية))، بيروت، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، ع٣٢١ ،السنة ٢٨، تشرين الثاني/٢٠٠٥م، ص٦٧.



الزمن الإعلامي ويبقى الزمن الاجتماعي يتحرك بإرباك لضعف مضمونه، وتقلصت فعاليته ثقافيا في نقل المعارف[1].

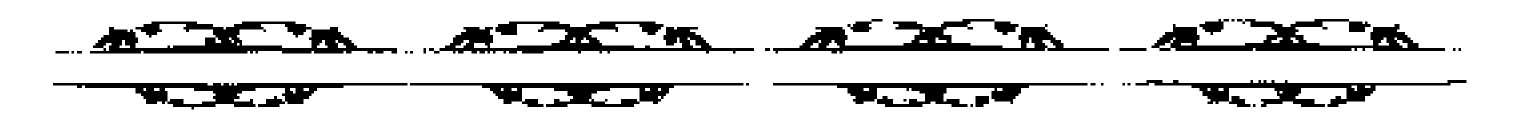
٣- تعمل المؤسّسات الاتصاليّة العربيّة بمعزل عن مراكز البحوث والدّراسات والتوثيق، ويعدّ دورها مهماً في كشف المشكلات الاجتماعيّة والاقتصادية والسياسية وغيرها، وطرح الحلول المناسبة لحلّها، "وهذا توجّه مقصود لكي يظلّ الإنتاج الإعلامي منسجما مع السلطة الحاكمة لاسيما عندما يتعلّق الأمر بالتلفزيون نظرا لفاعليّته في توجيه الأحداث وصناعة الرّأي التي تفوق فاعليّة الوسائل الأخرى، ويكون المبدع في المجال الإعلامي في هذه الحالة من يتعاقد مع فكر السّلطة بدل التعاقد مع سلطة الفكر". وهكذا في غياب الصلات الموضوعيّة بين البحث العلمي وسياسات الإنتاج الإعلامي القائمة على حدّ أدنى من حريّة التعبير، "فتتراجع مقاييس الإبداع ويتنامى حجم الإنتاج الإعلامي الذي ينال من قيم المجتمع"[2].

٤- تخلفت معظم الجامعات الإعلامية العربية عن مواكبة التطور الإعلامي من حيث تحديث معدات الإنتاج لتدريب الطلاب، و"البرامج الأكاديمية لتدريب الهيئة التدريسية"، ولا يتلقى خريجو الاتصال الجماهيري التدريب الكافي الذي يؤهلهم لتولي وظائف في مجالي البث الفضائي والصحافة. وانه لمن الضروري أن نقوي العلاقة بين قطاع الإعلام التقني والأكاديمي، ففي تاريخنا المعاصر في معظم الدول العربية تدني معدل القراءة مقارنة بمعدل مشاهدة التلفزيون، "فيؤكد هذا حجم المسؤولية الملقاة على عاتق الإعلاميين، لان العديد آلان يعدوا مدرسيين أولا وإعلاميين ثانيا، ومما يؤكد الحاجة لإيجاد معايير لتعزيز نوعية الإنتاج في صناعتنا الإعلامية بدءا من المخرجين وصولا إلى المصورين، إذ يوميا

---

(١) د.عبد الرحمن عزي، ((الزمن الإعلامي... مصدر سبق ذكره))، ص٧١ص٧٢.

(٢)د.عبدالله الحيدري، ((مصدر سبق ذكره))، ص٧.



تطلق محطات فضائية جديدة، وينقلنا هذا إلى ضرورة الحاجة إلى النوعية وليس الكمية[1].

ويحتاج الإعلام العربي إلى أهمية استدراج مناهج فكرية جديدة لدراسة المشهد الاتصالي العربي الجديد، ولعل أهمها اليوم هو الاقتصاد السياسي للإعلام ونظرية الدراسات الثقافية والصناعات الثقافية[2].

٥- **يستمرّ الاهتمام في البلدان العربية بالإنتاج الإعلامي المستورد** من قبل القنوات التلفزيونيّة العربيّة، "**ويصيب بشكل ملحوظ البناء الثقافي العربي**". ولهذا نلاحظ الكثير من البرامج المترجمة في الفضائيات العربية، وممّا يفسّر القيمة البارزة للمترجم والمرتبة التي يحتلّها في الفكر المؤسّسي للإنتاج الإعلامي العربي تفوق في أهميّتها مرتبة المؤلّف وكاتب السّيناريو[3]، ولهذا الواقع أسباب تجارية وندرجها كالآتي:

أولا: ارتفاع تكلفة الإنتاج الذّاتي: يدفع القائمين بالإنتاج الإعلامي إلى تبنّي اختيارات تضمن الحدّ الأدنى للتوازن الماديّ لشركة الإنتاج بما يحقّق استمرار النشاط الاقتصادي للمؤسّسة لأنّ "**صناعة المضامين هيّ عمليّة اقتصاديّة تستهدف الكسب في حقيقته المزدوجة: كسب العقول لكسب الأرباح**".

"**وتظلّ ترجمة الأعمال المستوردة ودبلجتها أنسب ماديًا، من القيام بالإنتاج، القائم على سلسلة مركّبة من التجهيزات والوظائف المتخصّصة المستنزفة للوقت وللجهد وللمال، في حين نجد الترجمة، لا تبلغ تكلفتها، حدود المبالغ المرصودة للإنتاج. فترتبط القضيّة بفكر تجاري يمثّل فيه ترويج المنتج حلقة أساس، وتبقى المعادلة المناسبة لمنطق السّوق مقتصرة، على الدّبلجة. ومن**

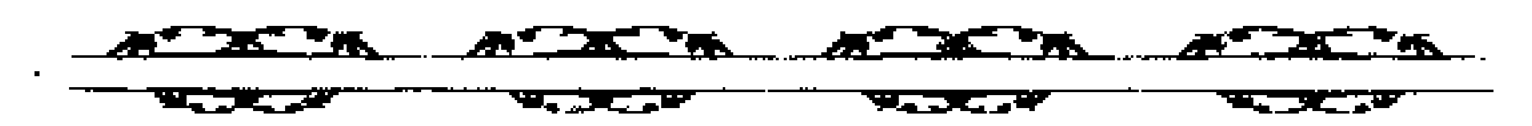
---

(١) روان مناع، مديرة الحلول الإستراتيجية في رابطة إعلاميو الشرق الأوسط، برنامج تطوير المواهب الإعلامية، ورشة عمل ((قطاع الإعلام العربي يقع في الهوة التعليمية))، الاثنين ٢١/ نيسان/٢٠٠٨م.

http://www.mebjournal.com

(٢) د.جمال الزرن، ((تدويل الإعلام العربي...مصدر سبق ذكره))، ص٢٥٠.

(٣) د.عبد الله الحيدري، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٩.



الشعارات السائدة في مجال صناعات المضمون: "لا تنتج ما دمت قادرا على الشراء"، والقصد الواضح في العبارة يميّز الجانب الاقتصادي في الصّناعات الثّقافيّة. ويطرح هذا الواقع مشكلة العلاقة القائمة بين المنتج والمبدع، وينظم هذه العلاقة المنطق التجاري بدرجة أولى وتسير على نحو يتقرّر فيه المضمون الإعلامي وفق ما يستجيب إلى انتظار صاحب المؤسّسة بدل الاستجابة إلى حاجيات المجتمع الحقيقيّة[1].

ثانيا: غياب سوق عربيّة حقيقيّة في مستوى الصّناعات الإعلاميّة: والسوق هي **"المكان الذي يلتقي فيه العرض والطلب"**، ويعرف أيضا بأنه **"المكان الذي يتصارع فيه المتنافسون"**، ويعتمد تحليل السوق على أربعة ركائز: نوعية المنتج أو الخدمة، المجال الجغرافي للسوق والمنافسة، والتقنيات المعتمدة، وأخيرا مدى التنافس في السوق[2].

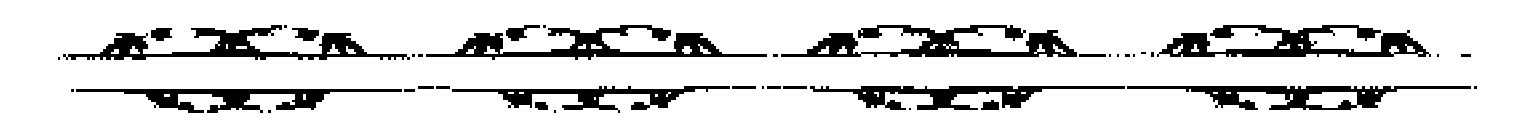
وأجرت اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا "الاسكوا" دراسة لتحليل سوق وفرص صناعة المضمون العربي، وقد بينت انه يجب النظر إلى هذه السوق، أوسع بكثير مما يتم فقط نشره على شبكة الانترنيت، وان حجم السوق لهذا المحتوى وصلت إلى حوالي ٩ مليار دولار عام ٢٠٠٢م تنمو بوتيرة بين ٥٪ و١٠٪ سنويا، وكذلك **"ينقسم سوق الصناعات الثقافية إلى ثلاث مجالات وهي: "مجال الإعلام والترفيه، ومجال الإعمال والتجارة، ومجال الخدمات العامة"، وتبين إن مجال الإعلام والترفيه هو الأكبر حجما في الوقت الحالي بسبب ازدياد عدد القنوات الفضائية في العالم العربي[3]".**

---

(١) د.عبد الله الحيدري، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٠ص٢١.

(٢) د. سمير العيطة، ((نماذج لبرامج الإعمال وخطط التسويق والشراكات لصناعات المحتوى العربي))، إصدارات الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا "الاسكوا"، ٢٠٠٨م، ص١٢.

(٣) المصدر السابق نفسه، ص٤.



وتزايد الطلب على صناعة المضمون لخصوصيات المنطقة العربية وهي[1]:

١- **ضخامة الطلب غير الملبى**: برغم ضموره الحالي تتوفر في المنطقة العربية معظم عوامل زيادة الطلب المذكورة سابقاً.

٢- **تعدد مصادر الطلب**: تتمتع صناعة المضمون العربي بثلاثة مصادر رئيسة للطلب هي: "**الإقليم العربي والعالم الإسلامي والجاليات العربية والإسلامية في أوروبا وأمريكا**".

٣- **أولوية الطلب للتعليمي والإعلامي**: يمثل الطلب على المضمون التعليمي والإعلامي أضخم مصادر الطلب بلا منافس نظرا لدوره الحاسم في دفع حركة التنمية.

ونستعرض فيما يلي آلية الطلب والعرض لتصنيفات **الصناعات الثقافية أو "الإبداعية"** للسوق العربي[2]:

- **الترفيه السينمائي**: يصطدم بمشكلة طلب لتغير العادات الاجتماعية العربية، وقلة الصالات السينمائية وعدم احترام حقوق الملكية الفكرية في توزيع الأفلام على الأقراص المدمجة.
- **الإنتاج التلفزيوني**: نما بشكل كبير بفضل انتشار الفضائيات العربية، إلا انه سيعود ليواجه مشكلة حدود نمو الطلب بسبب هيمنة المنتج المستورد، وأيضا انه مهما نمت الإيرادات الإعلانية على الفضائيات فأنها لا تستطيع جذب الإعلانات المحلية وإيرادات الاشتراكات الفردية في المنازل* التي هي عماد النشاط الاقتصادي.
- **نشر الصحف والمجلات والكتب العامة**: وتشكل مجالاً أساساً لتطور المضمون العربي، ويعدّ الطلب ضعيف سواء بالشكل الورقي أم الرقمي.

---

(١) د.نبيل علي، ((تعزيز صناعة المحتوى ... مصدر سبق ذكره))، ص١٤.

(٢) د.سمير العيطة، ((مصدر سبق ذكره))، ص٩ ص١٠.

* تعدّ الولايات المتحدة ومن ثم حديثا أوروبا، أكثر بلدان العالم التي تنتشر فيها شبكات التوزيع التلفزيوني للمنازل.

- **الإنتاج الموسيقي:** لا يواجه مشكلة في الطلب، مع تعدد المحطات الفضائية الموسيقية، عدا إن صناعة الموسيقى قد أصبحت متمركزة على شكل عدد محدود من الاحتكارات مثل شركة "روتانا".
- **النفاذ إلى الانترنت والإعلان عليه:** يواجه مشكلة طلب حقيقية لاستمرار ضعف نفاذ الانترنت في معظم البلدان العربية، وبالتالي ضعف إحجام الولوج إلى المواقع.
- **الإعلام الاقتصادي:** شهد نمو سريع في السنوات الأخيرة مع بروز البورصات العربية لاسيما في بلدان الخليج العربي.
- **الكتب التعليمية والمهنية والتدريبية:** ضعف في العرض، لاسيما لكتب موضوعة بالعربية في المجالات التعليمية كافة، في ظرف يبحث الكثير من الشباب على تحسين كفاءاتهم في ظروف البطالة المستشرية في معظم البلدان العربية. وتكمن إشكالية العرض من قلة الكفاءات للترجمة، والى ضعف النشر الالكتروني مع حماية الملكية الفكرية.

وتوجد آلية في التسويق الحديث مفادها **"إن لم تستطع إخراج خصمك من السوق، تحالف واندمج معه لتخرجوا آخر من السوق"**[1]. فتضافر الجهود حتى مع المنافسين سيكون مربحا لأنه سيوسع الفائدة ويشجع المنافسة بين المؤسسات الإعلامية من اجل تحقيق مستوى أعلى، لان مسألة الطلب أهم محددات توافر المعرفة. وعلى الرغم من انه تعمل شركات مهيمنة على تقييد عرض المعرفة، ويمكن إن يكون قصور الطلب عاملاً مهما في ضعف إنتاج المعرفة ونشرها في الوطن العربي. ولعل الغريب في دراسة الطلب على المعرفة هو صعوبة انتشارها أحياناً، على الرغم من خصائصها كسلعة: اللاتنافسية بمعنى **"إن استهلاك المعرفة بواسطة فرد ما لا يمنع توافرها لآخرين"**، ولانهائية الذيوع بمعنى **"مهما ارتفعت**

(١) د. محمد حسام الدين إسماعيل، ((مصدر سبق ذكره))، ص٥٨.

تكلفة الإنتاج أول مرة، فان التكلفة لما بعد الأول تكون ضئيلة"، وأثيرية بمعنى "قدرتها على تخطي المسافات والحدود" التي يفترض إن تزيد من فرص انتشارها[1].

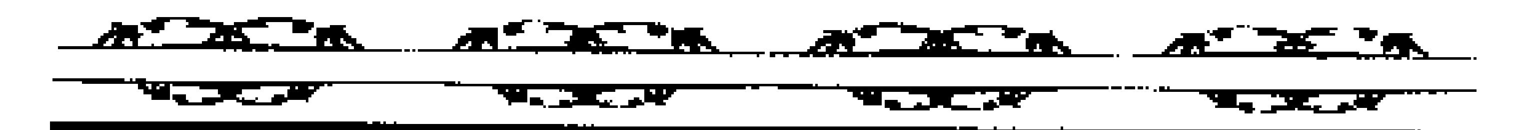
وإنّ حاجة الأقطار العربيّة للإنتاج الإعلامي التلفزيوني غير واضحة في واقع الأمر لأنّ الإنتاج مرتبط، في جزء كبير منه، بالأهداف الحكومية، وتختلف هذه الأهداف من قطر إلى آخر، ممّا يحدث في أغلب الأحيان اضطرابا واضحا في سوق عرض البرامج ويجعل سياسة الإنتاج غير منتظمة أو غائبة، ثمّ إنّ سوق البرامج العربيّة شأنها شأن سوق السّلع الأخرى، قد غمرتها تيّارات ثقافيّة من مؤسسات الصّورة الأوروبية والامريكيّة صرفت اهتمام المستهلكين في البلدان العربيّة عن الواقع القريب ووضعته في واقع الإثارة التي يتمّ إنتاجها بسرعة وبكميّات لاحدود لها وفق المنظور اللّيبيرالي، وهذا ما يجعل الترويج للإنتاج المحلّي على غاية من التعقيد يتحوّل بمقتضاه القيام بالإنتاج المحلي مغامرة نتائجها غير واضحة[2].

وهكذا تتجذّر أزمة المضمون و يتعطّل فعل الابداع في الحضور المضاعف للآثار المترجمة والمدبلجة ولا يعني ذلك أنّ الأعمال المدبلجة لا قيمة لها وأنّ الآثار المترجمة لا تخدم الثقافات المحلّية، فالترجمة في حدّ ذاتها فعل ثقافي يتخلّله الإبداع ويحيله إلى معرفة قيم ومثل أنتجتها ثقافات أخرى، لكنّ التعامل المستمرّ مع المستورد يشوه تدريجيًا الثقافة المحلّية. ويتماثل هذا الواقع مع حال البحث العلمي في مجال الإعلام بالكثير من الجامعات العربيّة القائم في جزء هام منه على النّقل، ولم يجد طريقه إلى تأسيس نظري يحقّق الانسجام في ما يتمّ تدريسه وتطبيقه مع خصائص التعبير الميدياتيكي في البلدان العربيّة، فلم تتحرر القواعد الصّحفيّة ضمن برامج التدريس العربيّة بعد من هيكل الهرم المقلوب، وتكاد لا تتجاوز قصّة "الكلب والرّجل" وهي القياس المعتمد في مجال الصّحافة لتعريف الخبر بوصفه مادة

---

(١) تقرير التنمية لعام ٢٠٠٢م ، ((مصدر سبق ذكره))، ص٤٦.

(٢) د. محمد حسام الدين إسماعيل، ((مصدر سبق ذكره))، ص٥٩.



مثيرة غير مألوفة يقبل عليها الجمهور. وتبدو القطيعة أكثر وضوحا عند دراسة ميول الأفراد المتّجهة بازدياد نحو استهلاك المضامين المستوردة[1].

٦- ضعف الاهتمام بالكتابة إلى الطّفل لقلة الفضائيات العربية المتخصصة بالطفل العربي. ولم تسهم الفضائيات العربية في توعية الطفل العربي، ولكن تعاملت مع قضايا الطفولة بمفهوم سطحي وغير هادف واكتسب آثاراً سلبية من مشاهدته للفضائيات التي قدمت لعقلية الناشئة أفلاماً هزيلة مستوردة من الدول الغربية، تحمل من المضامين الموجّهة للطّفل والمؤلّفة غالبا من القصص المصوّرة ذات الطّابع المثير الذي يجمع بين الخيال في شكله الرّوائي، والعنف*. ووجد الناشئ نفسه يعيش مجتمعاً ومشاكل غير التي يعيش فيها داخل مجتمعه العربي. واخذ يكتسب العدوانية في سلوكه وفكره. وغاب عن المسؤولين في الفضائيات العربية أن الإعلام يؤثر في الشخصية سلباً أو إيجاباً، وقدمت البرامج المستوردة دون وجود خبير اجتماعي ونفسي يحدد أهمية المواد التي تنتج لصالح الطفل العربي، لأن الرسالة الثقافية التي تقدمها برامج الأطفال تعدّ مدرسة ولابد إن تقام على مناهج وأسس تربوية واضحة، وتكون الرّموز الثقافيّة المحلّية مادتها، لكي تظلّ العمليّة منسجمة مع الوسط الاجتماعي للطفل من خصائص تميّزه عن بقيّة الأوساط الثقافيّة الأخرى إضافة إلى الترفيه المفيد، ومواكبة تلك البرامج التقدم العلمي والتكنولوجي، إذا أردنا إن نبني جيلاً متعلماً واعياً نباهي به، ومازالت الفرصة في قنوات الأطفال* كبيرة والسوق في حاجة ماسة لإضافات

(١) د.عبد الله الحيدري، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٧ص٣٢.

* ان فلم الكرتون الشهير«توم وجيري»الذي يتابعه الكبير والصغير قد كشفت دراسة بريطانية قام بها فريق من الباحثين في جامعة شيفلد البريطانية، ان العنف في برامج الرسوم المتحركة يمثل ٧٠٪ من إجمالي مشاهد العنف في برامج الأطفال. وذكرت أن مسلسل «توم وجيري» الذي بدأ عام ١٩٤٠م يأتي في قائمة البرامج العشرة الأكثر عنفاً في التلفزيون.

* ظهرت عدد من القنوات المتخصصة ببرامج الأطفال ذات خلفيات متعددة مثل: قناة MBC للأطفال، وذات طابع وهدف غربي. إما الجزيرة للأطفال فهي معرفية جيدة إلا أنها تفتقد الهوية "تعرض برامج عربية وأجنبية"، ولعلها تحرص على إلا تكون ذات هوية أصلا. إما قناة سبيس تون فإنها تقدم كرتون منوع فيه الجيد والسيئ، وتوجد القنوات الإسلامية مثل المجد للاطفال وطيور الجنة، استطاعت المجد تقديم مادة منوعة للأطفال آمنة لاسيما في جانب المعتقدات، وغلب على قناة طيور الجنة البعد غير الحرفي والتجاري وان نجحت إلى حد ما في عرض مواهب الفئات العربية الصغيرة وتقديمها في الانشاد الديني.



تجمع بين المهنية والإبداع وضوابط الثقافة العربية الإسلامية لتقديم مادة مشوقة للأطفال تكون بديلاً من جهة وإضافة معرفية من جهة أخرى[1].

رابعا: الكفاءات الإدارية في الإعلام

تتمثل في المتخصصين في إدارة الشؤون المالية والمستشارين القانونيين والقائمين بالتسويق، ومديري الإنتاج. فأغلب مؤسسات الإعلام تفي بحاجياتها بخصوص تأمين الوظائف الإدارية التي تتطلبها خصائص اعمالها، لكن الحاجة إلى متخصصين في التسويق تبدو بارزة[2].

وقد أتاحت اليوم الوسائل الحديثة للاتصال ظهور مسالك جديدة في التسويق عبر مواقع الوب، ومنحت الصناعات الإعلامية بعداً عالميًا يخدم بدرجة أولى المسألة الثقافية. فلا يكفي اليوم إنتاج نسب عالية من البرامج التلفزيونية الجيدة من دون التفكير في موضوع الترويج الذي يحول الإنتاج إلى قوة مادية فاعلة في المجتمع، فتجمع التقنية الرقمية اليوم في الوقت ذاته الإعلام والثقافة والترفيه والتربية والتجارة بكل وسائلها الفائقة، معنى ذلك أن التسويق هو الآلية التي باستطاعتها مقاومة ما يعرف بالغزو الثقافي، ويقصد بالمقاومة في هذا السياق توفير فرص المشاركة في عملية صناعة المعرفة التي لم تعد حكراً على فئة دون أخرى[3].

"وتفتقر مؤسسات الإنتاج الإعلامي إلى مستشارين قانونيين، ويبدو الأمر طبيعياً لأن حضور هؤلاء في مجال الإنتاج مشروط بوجود صناعة إعلامية حقيقية تطرح في حدودها حقوق المؤلف وحق البث، وما يترتب عن ذلك من مسائل قانونية. ولم يبلغ الإنتاج الإعلامي العربي بعد مستوى ما يسمى "بصناعات المضمون"، ولم يحقق الصيغة التي هو عليها اليوم، معادلة السوق بالمفهوم الحديث للكلمة، إنما

---

(١) عطاف الشمري، ((الفضائيات العربية مالها وما عليها))، جريدة الرياض اليومية، الجمعة ٢٠٠٦/٤/٢١م، ع ١٣٨١٥

(٢) د.عبد الله الحيدري، ((الصناعات الاعلامية..مصدر سبق ذكره))، ص٢١.

(٣) د.سمير العبطة، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٠.

يجري على نحو تقليدي تبدو عن طريقه صناعة الصّور وإنتاج المعلومات وإدارتها أمراً مرتبطا بمدى حضور الإنتاج الإعلامي المستورد[1].

وتتميز ادارة المؤسسات الاعلامية في الوطن العربي بالضعف، إذ التركيز والاهتمام بالدرجة الأولى على كسب رضا السلطة ثم تحقيق الربح أو ضمان المعونة الحكومية بغض النظر عن اهتمامات وحاجات وهموم الشرائح الاجتماعية في المجتمع[2].

خامسا: واقع الإبداع الإعلامي العربي

إنّ ما ينبغي لفت النّظر إليه عن واقع الابداع الإعلامي العربي، "**ضمن هذه الدّراسة ايضاً، ويشكّل قاعدة المشكلة الحقيقيّة**" يدور حول محاور ثلاث[3]:

المحور الاول: يتمثّل في أزمة المضمون بوصفها عنصرا بارزا في الإنتاج الإعلامي العربي، أزمة تؤكّدها النّسب المرتفعة للبرامج المستوردة والمدبلجة، ويوضّحها تدنّي نسب إنتاج الدراما والبرامج التنمويّة وبرامج التنشئة.

أمّا المحور الثّاني: فيتعلّق بالغياب المضاعف للكفاءات العربيّة في مجال الإنتاج التلفزيوني، غياب يجد تفسيره في حلول ما أسميناه بالمبدع المؤسّسي الحكومي الذي يؤدّي دوراً مركزيّاً في صناعة الرّأي.

المحور الثالث: يتصل المحور الأخير بالمسافة الفاصلة بين واقع الأفراد الاجتماعيّين في الأقطار العربيّة والإنتاج التلفزيوني، فالقطيعة الكامنة بين التلفزيون والمجتمع قد تجعل من التلفزيون وسيطاً يعمل في فراغ، بدلاً من ربطها مباشرة بمرتكزات الإنتاج والبث لأنّ العمل الإبداعي، بقدر ما تحكمه جدليّة الوسائط التقنية، فإنّه في كلّ طور من أطواره عمل فكري يستقيم بناؤه في حضور عوامل ثلاث[4]:

---

(١) د.عبد الله الحيدري، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٠.

(٢) د.محمد قيراط، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٣٦.

(٣) د.عبد الله الحيدري، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٢.

(٤) المصدر السابق نفسه، ص٢٨.

١- بيئة التفكير، ويجب أن يتوفّر في حدودها الهامش الأدنى لحرّية التعبير والاعتراف بالرّأي الآخر بوصفه طرفا في الإنتاج يسهم في إثراء البناء الثقافي للمجتمع.

٢- أدوات التفكير، وعمادها المعرفة الخالصة.

٣- موضوعات التفكير، وهي الإلمام بخصائص المجتمع وإدراك قضاياه الحقيقيّة.

إنّ غياب المضمون يبطل الحديث عن المرتكز، والمرتكز، أي الوسيط أو الأداة، لا معنى له من دون مستخدمه، فكيف يجوز في حال تراجع الإنتاج الفكري والإعلامي تبرير ذلك بعدم توافر الأجهزة والمعدّات التقنيّة، ولم يكن الإنتاج الإعلامي العربي في يوم ما نشطاً مزدهراً حتى يمكننا الحديث عن انحدار وتيرته لسبب أو لآخر[1].

"ويستوجب الوضع الرّاهن اسهام الإعلام الجاد في الإنتاج الفكري الثقافي حتى يتم تجاوز الأطروحات التقليديّة الموغلة في التعصّب ومنطق الغزو الثقافي، فالدخول في نظام سوق المنافسة رافد هام من روافد التقدم. فيوهم البث الفضائي المفتوح بسدّ الكثير من الثغرات وإتمام شكل الحرّية في التلقي الثقافي، ولكن الواقع عكس ذلك، فتزداد القنوات الفضائيّة العربية عدداً يوماً بعد يوم، ولاتختزل انفتاحنا المعرفي والثقافي، وإنما تعيد وجودنا التبعي للغرب[2]".

وسواء تعلّق الأمر بالقطاع الحكومي أو بالقطاع الخاص في المجال السّمعي المرئي فإنّه من الضّروري التعامل مع مراكز البحوث عند القيام بالإنتاج، إذ ترصد الظواهر المختلفة في المجتمع وتبحث في أسبابها واتجاه نموّها وتستشرف مستقبل التغيّر الاجتماعي على كلّ المستويات، ولايهمّ أمر مراكز البحث الصناعات الإعلاميّة فقط، إنّما تعدّ عماد القرار السّياسي، ونلاحظ في المشهد السّياسي

---

(١) المصدر السابق نفسه، ص٢٨.

(٢) د.إبراهيم عبد الله غلوم، ((الثقافة وإنتاج الديموقراطية))، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ٢٠٠٢م، ص١٢٤ص١٢٥.

الأمريكي جدليّة التعامل بين مؤسّسات البحث والمؤسّسة السياسيّة، عدد كبير من رجال السّلطة يتحوّلون للعمل في مراكز الدّراسات عقب انتهاء مهامهم السّياسيّة، في المقابل نجد نسبة بارزة من الباحثين يذهبون إلى السّلطة للإسهام في صناعة القرار[1].

ويمكن القول إنّ الصّناعات الإبداعية في البلدان العربيّة لا تعطّل نشاطها ندرة الوسائط وعدم توفّر الفضاءات الكافية للإنتاج ومن الخطإ، عدّ الإمكانات الماديّة السبب لتواضع حجم الإنتاج الإعلامي العربي، وصناعة النشر وغيرها من التصنيفات، فإنّ السّبب كامن في غياب تقاليد الإنتاج الإعلامي التي تستمدّ أصولها من الإيمان "بالصراع الفكري" بين التيارات الفكريّة والسّياسيّة المختلفة في المجتمع كما تستمدّ أصولها من تقاطع الاختصاصات، إذ لا مجال للحديث عن اختصاص منغلق، مستقلّ بذاته في عصر المعرفة. ويمكن للتوجهات التنموية في المجال الإعلامي والثقافي أن تتجه نحو تطوير ثلاث جوانب رئيسة هي[2]:

١- صياغة سياسات إعلامية وثقافية شاملة ومتجددة ومتلائمة مع روح العصر.

٢- تأسيس مرتكزات العمل الإعلامي والثقافي من مؤسسات ومراكز وهيئات تترجم تلك السياسات إلى برامج عمل.

٣- وأخيراً تطوير أدوار الشخصية العربية في المجال الإعلامي والثقافي، مع إعطاء أهمية لتحريك التطور المجتمعي كحامل ودافع لعملية التنمية المعرفية ووسيلة وهدفاً للتنمية الإنسانية، وإن نجاح أعمال التنمية التي تباشرها هذه الدول، والتي تنتمي في غالبيتها إلى فئة البلدان النامية، بل وإلى فئة البلدان الأقل تقدما، يتوقف في جزء كبير منه على مدى تمكنها من تكنولوجيا الإعلام والاتصال، بمعنى أن تجعل من مجتمع الإعلام مجتمعا للمبادرة والمعرفة، أو بالأحرى مجتمعا لاقتصاد قوامه العلم والمعرفة[3].

---

(١) المصدر السابق نفسه، ص١٣١.

(٢) د.عبد الله الحيدري، ((مصدر سبق ذكره))، ص٣٧.

(٣) د.عبد الله الحيدري، ((مصدر سبق ذكره))، ص٣٧.

"إذ أصبح الإعلام قيمة إنسانية كبرى في هذا العصر، بل إننا نعيش عصر الإعلام وأن أية تنمية رهينة بكيف نفهم ونوظف الإعلام التوظيف الصحيح. لقد ساهم الإعلام العربي في معركة النهضة ومعركة الإستقلال وأيضا في معركة بناء دولة ما بعد الاستقلال رغم التوظيف السيىء الذي تعرض له، وتنتظره اليوم كبريات المعارك ألا وهي معركة الديمقراطية والعدالة الاجتماعية محليا وتثاقف الحضارات دوليا. علينا أن نفصل بين التوظيف الرديء للإعلام وبين مزايا الإعلام في ترسيخ مجموعة من القيم لعل أهمها تبادل المعارف والثقافات والأخبار عن الشأن العام، ويعدّ الإعلام عنصر تحضر وتقدم ولعل القصور في الفكر العربي وفي الممارسة السياسية اليوم يعود بشكل كبير إلى تجاهل العرب لهذه القيمة وهو تجاهل يعود إلى مؤثرات خارجية كالاستعمار وأخرى داخلية لها علاقة بأساليب الحكم"[1].

سادسا: نحو إعادة تشكيل الزمن الاجتماعي والإعلامي

"يعدّ الزمن الإعلامي الحركة في اتجاه قضية "مقصودة" أياً كان نوعها ثقافية، اجتماعية، سياسية، دينية، معرفية، ويجب ان تعكس دلالاتها حياة الجمهور، والتغيير في الحياة الاجتماعية"، ولهذا، يرتبط الزمن الإعلامي بمضمون وسائل الإعلام"[2].

ويعكس الزمن الاعلامي في الفضائيات العربية في معظمه زمن المجتمعات الغربية، وعادة ما يدفع الزمن العربي الى الاضمحلال. فيكون الزمن الإعلامي الوافد على حساب الزمن المحلي سواءً أكان اجتماعياً أو قيمياً. وقد يؤدي هذا الزمن العولمي إلى إضعاف الهوية والإحساس بالانتماء على الرغم من أن هذا الزمن رمزي، بينما يرتبط الزمن الاجتماعي بالواقع المعايش"[3].

---

(١) د.جمال زرن، ((تدويل الإعلام العربي... مصدر سبق ذكره))، ص٢٢٣.

(٢) د.عبد الرحمن عزي، ((الزمن الاعلامي...مجلة المستقبل العربي...مصدر سبق ذكره))، ص٦٤ص٧١.

(٣) المصدر السابق نفسه، ص٧٥.

"ويكون الإعلام أقرب ما يكون إلى المتغير المستقل الذي يؤدي الدور المؤثر في تشكيل الأنماط السلوكية في أوساط الجمهور. وقد وظفت وسائل الإعلام الاحتياجات الاجتماعية بشكل مشوه مرتبط "بالاحتياجات العاطفية والترفيهية" بشكل أفرغ هذه الاحتياجات من المضامين القيمية، وذلك بالاستناد إلى حجة أن "الجمهور يريد هكذا"، مع العلم أن ما يريده الجمهور قد تكون مع الزمن مما تريده وسائل الإعلام على قاعدة "بضاعتنا ردت إلينا"[1].

ويتضح أن الزمن الاجتماعي في المنطقة العربية مشوه بفعل عوامل تاريخية "الاستعمار" وأخرى أيديولوجية حاضرة، ونتج من هذه الحالة ابتعاد هذا الزمن عن القيمة التي تشكل مرجعية الثقافة. فيعيش المجتمع العربي "اغتراباً"، يجعله يتحرك بدون هدف قيمي، ويعيش في حالة تقليد الزمن الإعلامي المستورد. وترتب على هذا المزج بين الزمن الاجتماعي المشوه والزمن الإعلامي المستورد، زمن يدفع المجتمع إلى الحركة غير الهادفة أو إلى السكون، وفي الحالتين فإن العامل المشترك غياب الزمن الفعلي الدال. ويسمى "بالمخيال الإعلامي"*، ويحمل "المخيال الإعلامي" طبيعة متميزة، إذ إنه لا يرتبط بالضرورة بنسق أيديولوجي، كمثل الأيديولوجية التي تقوم على مبدأ تبرير الواقع، بل هو نسيج من القيم الراسخة في شعور الإنسان العربي ولا شعوره، والقيم المصنعة الواردة عبر وسائل الاتصال. ولم يتحدد بعد شكل توجه هذا المخيال، سواءٌ تجاه المحافظة على الواقع أو تغييره، وفي أي اتجاه[2].

ويتطلب التعامل مع الزمن الإعلامي تقليص الارتباط به وعدّه زمناً فرعياً وليس حاسماً في تشكيل بنية الفرد الذهنية والثقافية وسلوكياته الاجتماعية والسياسية، فهو زمن رمزي عن الحقيقة وليس الحقيقة ذاتها. ويترتب عليه تزايد الحركة الاجتماعية التي تحتاج بدورها إلى صلة وثيقة بالقيمة. ويمكن بهذا أن يؤثر في الزمن الإعلامي فيصبح بدوره دالاً إما لأنه يعكس زمناً اجتماعياً دالاً أحياناً أو

---

(1) د.عبد الرحمن عزي وآخرون، ((ثورة الصورة... مصدر سبق ذكره))، ص١١٩.

* انظر الفصل الاول/ المبحث الاول، "الواقع والخيال والمخيال الاعلامي".

(2) د.عبد الرحمن عزي، ((الزمن الاعلامي... مصدر سبق ذكره))، ص٨١ص٨٢.

يسعى إلى تأسيسه أحياناً أخرى. ويمكن في هذه الحالة أن يؤدي "الزمن الإعلامي الدال" مهاماً دالة ظلت محدودة في الزمن الإعلامي الحاضر، ومنها[1]:

١- توسيع دائرة الاستفادة من الثقافة والعلوم.

٢- تنمية الإحساس بأن الفرد جزءٌ من العالم، أي أن ذلك يُحدث الوعي في العالم الخارجي.

٣- تعزيز القيم، يمكن أن يحتوي "الزمن الإعلامي الدال" على العديد من المضامين الثقافية.

٤- تنمية بعض المهارات الاجتماعية رمزياً كما قد يحدث في التنشئة الاجتماعية.

٥- النظر إلى الذات والمجتمع من زاوية خارجية نقدية ومعايشة عوالم متعددة، إن استخدام "الزمن الإعلامي الدال" يعرض الفرد إلى أفكار وممارسات ومهارات قد لا تتوافر في محيطه.

٦- تحقيق الإشباع والترفيه.

٧- الإعلام والتفسير والتحليل للأحداث في المجالات المختلفة.

"ويرتبط الرأسمال القيمي بالتطور الحضاري، فمكانة القيم مؤشر على مستوى الحضارة في أي مجتمع، وقد برزت فضائيات عربية تسعى لاستعادة القيمة والعمل وفق "الزمن الإعلامي الدال". وفي المستوى الأوسع، فإن إعادة تشكيل الرأسمال الرمزي الجديد تتطلب الأخذ بمعادلة الترابط الحقيقي بين عناصر الرأسمال المادي والرمزي والقيمي. والذي يؤسس، وإن على المدى البعيد، بداية البناء الحضاري والتأثير الإيجابي في حركة التاريخ في المنطقة العربية[2]".

ويعدّ النمو في وسائل الإعلام احد المؤشرات الدّالة على درجة الحراك المميّزة للحالة الثقافية داخل أية أمة من الأمم، لأنها **"تشكّل وعاء من الأوعية المهمة التي**

---

(١) المصدر السابق نفسه، ص٨٣.

(٢) د.عبد الرحمن عزي، ((ثورة الصورة... مصدر سبق ذكره))، ص١٢٢.

تنشر الثقافة داخل المجتمع، عبر ما تتداوله في برامجها من مضامين سياسية واقتصادية واجتماعية وما تسوقه من أساليب معينة للحياة. كما تؤدي وسائل الإعلام دورا حيويا في نشر الإبداع الثقافي، يضاف إلى ذلك الدور الذي تؤديه الرسالة الإعلامية كمرآة عاكسة لمنظومة القيم الثقافية والتي تسود مجتمعا من المجتمعات عبر مرحلة زمنية معينة[1].

وتكامل العملية الإعلامية لا ينفي خصوصية أجزائها. "وتبرز الرسالة الإعلامية، كواحدة من الحلقات الأكثر أهمية في سلسلة العملية الإعلامية المتكاملة الحلقات، بعدّها أساس وجوهر العملية الإعلامية[2]".

ويفرض مواكبة الجمهور للتحولات العالمية والسعي إلى فهم الواقع القريب والبعيد والإسهام في تغيير الواقع الآن، اكتساب ثقافة جديدة متعددة المجالات: سياسية، واجتماعية، واقتصادية، ودينية، ومعرفية، وفنية، وقانونية ...، ويعدّ التلفزيون من نتائج التحوّلات التي طرأت على بنية فضاءات التنشئة الاجتماعية ومن مصادر الإثراء المعرفي بعدّه وسيطاً اتصالياً جماهيرياً يفترض أن له دوراً فاعلاً في اكتساب الثقافة الجديدة.

ويشهد العالم تغيرات مع مطلع القرن الواحد والعشرين بفضل العولمة والثورة العلمية التي تشق طريقها لتشكيل المجتمعات، "فتحكمها قيم وأساليب حياة مستحدثة، لم يشهدها القرن العشرين، فتم إعادة النظر في توجهات ومسائل وقيم، على أساس إن بعض السياسات والمواقف تتطلب تعديل[3]".

فشهدت المنطقة العربية "ثورة إعلامية كبرى" انسجاما مع "المتغيرات التقنية والاتصالية"*، "فتزايدت الفضائيات "ارتجالا"، في ظل ضعف الإنتاجية، وحداثة

---

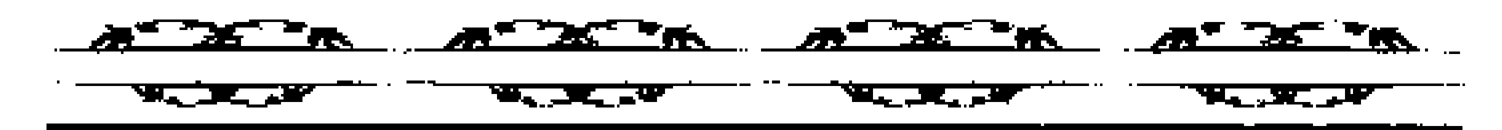
(1) التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٠٩.

(2) د.أديب خضور، ((دراسات في المنهجية والسيميولوجيا وتحليل المضمون))، دمشق، مطبعة خالد بن الوليد، ١٩٨٧م، ص٦٩.

(3) د.مبتوق فتحية، ((المرأة ومسار الشراكة العربية الأوروبية))، "ندوة المرأة الأورومتوسطية: بشراكة وتنمية في عالم متحول"، مالطا، المنظمة العربية للمرأة، ٢٠- ٢١/ شباط/٢٠٠٧م.

نقلا عن: بتاريخ ٢٠٠٨/١١/١م www.afkeronline.org

* المتغيرات التقنية والاتصالية "الحتمية" في الفصل الاول/ المبحث الثاني



الخبرة، والتنافس، إلى درجة يمكن وصف واقع حال الإعلام العربي، بالقول: إن التقدم الاتصالي سبق التقدّم الاجتماعي والسياسي والاقتصادي. وبمعنى آخر، لقد شهد الإعلام العربي نموا وليس تنمية[(١)].

وتمثل في التعارض بين طموحات وتمنيات الفرد العربي من جهة، وبين السياسات والتوجهات الإعلامية المعتمدة لتلك المؤسسات، "**إذ تبدو الإشكالية الكبرى قائمة في طبيعة الدور المفقود لهذه الفضائيات ولاسيما على المستوى الثقافي**"، مما حال دون رسم مسارات إعلامية، تعتمد على استراتيجيات ذات أهداف تنموية تأخذ في الاعتبار أساسيات الواقع العربي، وهي "**الإنسان، والأرض، والمستقبل**"[(٢)].

وتعدّ العملية الاتصالية عملية اجتماعية هدفها الإنسان، إلا أن غاية كل نوع من أنواع الاتصال تختلف تبعا لنمط الرسالة الموجهة إلى الجمهور. وتتبنى المدرسة النقدية الثقافية "**فرانكفورت**"* في الإعلام، هذا المفهوم في دراستها للمحتوى وخصائصه الفكرية والثقافية

(١) د.نهوند القادري، ((قراءة في ثقافة الفضائيات العربية- الوقوف على تخوم التفكيك))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٨م، ص١٦٤.

(٢) د.عدنان خوجة، ((الفضائيات العربية وقيم الإبداع))، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، مجلة الإذاعات العربية، ع٢، ٢٠٠٨م، ص٥٠.

* في ثلاثينات القرن العشرين بلور السوسيولوجي الألماني هوركايمر نظرية فكرية نقدية تشمل في رؤيتها التحليلية مساحة الاجتماع الأوربي بمختلف بنياته. فتأسست مدرسة فرنكفورت على أساس موقف فلسفي يقوم على مفهومين اثنين هما العقل النقدي والحرية. وأنجزت أعمالاً متميزة تعدّ أوسع مراجعة نقدية للحداثة الأوروبية. وثمة ميزة وسمت افكارها وأعمالها، لقد كانت التآليف التي أنتجها رواد فرنكفورت مثل هوركايمر وأدورنو .. تعبيرا عن فكر خصب في إشكالات المجتمع الحداثي الأوروبي. واستفادت من مرجعيات فلسفية وإجراءات منهجية متعددة تنتمي إلى حقول معرفية متنوعة، فمنها ما هو مستعار من الحقل السوسيولوجي، والتحليل النفسي، والاقتصاد السياسي، والاعلام.. والذي مكنها من الشمولية هو أنها اشتغلت بعقلية الفريق. ثم جاء عصر الأنوار بمُثُل فكرية سياسية لإنشاء مجتمع عقلاني يجسد الحرية وانطلاق فعله النقدي من دون حواجز. لكن التطور اللاحق للمجتمع الحداثي سيحول العقل من مرجعية إلى أداة مستبدة، ومن فاعل نقدي إلى آلية للمحافظة وتثبيت الوضع، وخلصت مدرسة فرنكفورت إلى مجموعة من الملاحظات تفضح التحريف. فعلى **المستوى الفلسفي ركز أدورنو وهوركايمر على فضح الوعي الأنواري وإبراز انقلابه على مبادئه ومثله، بتأسيسه لمجتمع يلغي الحرية والنقد، وينمط الفكر والسلوك، وعلى نقد وضعية الفن داخل المجتمع الحداثي، مبرزا التحولات التي جرفت الذوق، وحولت العمل الفني إلى مجرد سلعة، مؤكدا على أن الحداثة مشروع يلتهم = الإنسان والقيم، ويحول كل شيء إلى أداة وسلعة للاستهلاك. حتى انقلبت الكينونة الإنسانية فتحول عندها الكوجيتو الديكارتي من أنا أفكر إذن أنا موجود" إلى "أنا استهلك إذن أنا موجود" !!، لكن ما هو البديل الذي يقترحه هذا التحليل النقدي الشامل، لقد سكن رواد مدرسة فرنكفورت في البداية حلم بالتغيير المجتمعي، لتجسيد مجتمع العقل والحرية، لكن انتهوا الى ان الغرب يسير على نمو حتمي نحو مجتمع**



وعلاقاتها بالمجتمع، إذ تهتم بالأفكار بعدّها صياغة عقلية، وتتعامل مع الرموز اللغوية من هذا المفهوم وليس من مجرد كونها كلمات. وبالتالي فان الرموز التي تستخدم في وسائل الإعلام هي عبارة عن "**صياغة للأفكار المسيطرة والتي يفسرها المتلقي في الإطار المرجعي الذي تم ترميزها عن طريقه. وهذا هو الدور المهني لوسائل الاتصال في الترميز**"[1].

سابعا: وثيقة مبادئ تنظيم عمل الفضائيات وعلاقتها بنمو القنوات الفضائية

تم إقرار وثيقة مبادئ لتنظيم عمل الفضائيات في ١٢/ شباط/ ٢٠٠٨م، بعد حالة التضخم الكمي والتنوع الكيفي لمجالات عمل وأجندة المضامين التي تتناولها هذه القنوات. وقد اشتملت الوثيقة على اثني عشر بنداً، حَدّد البند الأول منها الهدف من إصدارها في تنظيم البث واستقباله في المنطقة العربية واحترام الحق في التعبير عن الرأي وانتشار الثقافة وتفعيل الحوار الثقافي عن طريق البث الفضائي[2].

وقد تضمنت الوثيقة عدداً من البنود المنطلقة من مفهوم المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، "وتقوم نظرية المسؤولية الاجتماعية **Social Responsibility** على أساس أنه إذا كان من حق وسائل الإعلام حرية الوجود والتعامل مع أحداث ومؤسسات وشخصيات المجتمع المختلفة فإن عليها في مقابل ذلك مسؤولية تتمثل في ضرورة حماية القيم والأسس التي يقوم عليها وتلبية احتياجات أفراده. وتؤكد في الوقت نفسه على تشكيل مجالس إعلامية تصدر مواثيق شرف تتابع عبر بنودها درجة التزام وسائل الإعلام بمسؤولياتها الاجتماعية"[3].

ولاتختلف بنود الوثيقة في الكثير من مضامينها عما ذهبت إليه العديد من المواثيق الأخلاقية داخل بعض الدول العربية، وربما كان من السهل تمرير أغلب البنود لولا تلك المادة

بيروقراطي بآليات استبدادية تمنع الفرد من إمكانية الاختيار والحرية، بل إلى درجة تخدير الشعوب وإلغاء شعورها بقيود الاستبداد وذلك لأن المجتمع الغربي انتقل إلى وضع انمحى فيه التفكير النقدي، وزالت فيه إمكانية اليوتوبيا والتفكير في بديل مجتمعي للسائد - نقلا عن: أرمان وميشال ماتلار،((تاريخ نظريات الاتصال))، ترجمة: د.نصر الدين لعياضي، د.الصادق رابح، بيروت، المنظمة العربية للترجمة، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٥م، صفحات متفرقة.

(١) د.محمد عبد الحميد، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢١٨ .

(٢) التقرير العربي الاول للتنمية الثقافية ، مصدر سبق ذكره، ص٢٩٣.

(٣) المصدر السابق نفسه، ص٢٩٤.



المتضمنة في البند السابع والتي نصّت على ضرورة "الالتزام بالموضوعية والأمانة باحترام كرامة الدول والشعوب وسيادتها الوطنية وعدم تناول قادتها أو الرموز الوطنية والدينية بالتجريح". فقد أثير جدل بين المهتمين بالشأن الإعلامي حول مفهوم الرموز الوطنية والدينية، وكذلك حول مسألة التجريح. وتعود البداية الأولى للتدخل من أجل ضبط أداء القنوات بما يتناسب مع رؤية العقل الرسمي العربي، في اجتماع وزراء إعلام مجلس التعاون الخليجي في ١/١٠/ ١٩٩٩م، لمناقشة الشكوى المقدمة بسبب ما تبثه قناة الجزيرة[١].

وتزايد النقاش حول الوثيقة بعدّها قيد جديد للحريات الإعلامية بعد الحصار المفروض عربياً على الإعلام المكتوب، ومن شأنها فرض المزيد من السيطرة الحكومية على المحطات الفضائية. وتمنح الوثيقة الحكومات العربية حقاً لإغلاق أي محطة تراها غير مناسبة من وجهة نظرها، في ظل غياب معايير تحدد متى تُخل المحطة الفضائية بالتناغم الاجتماعي والوحدة الوطنية، ومتى يُشكل انتقادها للأنظمة الحاكمة ورؤسائها إخلالاً بالأمن العام. وتعدّ مصر والسعودية، اللتين تمتلكان القمرين الصناعيين المسئولين عن جميع محطات البث الفضائي العربية وراء المبادرة بإصدار هذه الوثيقة، وحظيت بموافقة ٢٠ دولة من إجمالي ٢٢ دولة. وفي الوقت الذي اختفت فيه المعارضة الحقيقة أمام الأنظمة العربية لأسباب عديدة منها وضع العراقيل القانونية وإتباع سياسات قمعية، أضحت المحطات الفضائية العربية الخاصة قوى المعارضة الحقيقة الوحيدة أمام الأنظمة العربية. وباتت تلك المحطات المنفذ الوحيد للأصوات "القليلة" الداعية للتغيير المجتمعي. واضطلعت وسائل الإعلام العربية بدور جوهري في خلق مناخ مفتوح وشفاف تدار فيه مناقشات سياسية جادة، وهي حقيقة تُدركها الشعوب العربية جيداً، فأضحت البرامج الحوارية المهتمة بمناقشة وتحليل التغيير السياسي والقضايا الحساسة[٢].

وأخيرا فإنني آملُ أن يتمكن العرب من تأسيس شركات إعلامية كبرى على غرار التايم ومردوخ، وتملك رسالة تثقيفية وتعليمية، ويمكنها أن تكون مصدر دخل رئيس في الناتج القومي العربي!

---

(١) التقرير العربي الاول للتنمية الثقافية، مصدر سبق ذكره، ص٢٩٥.

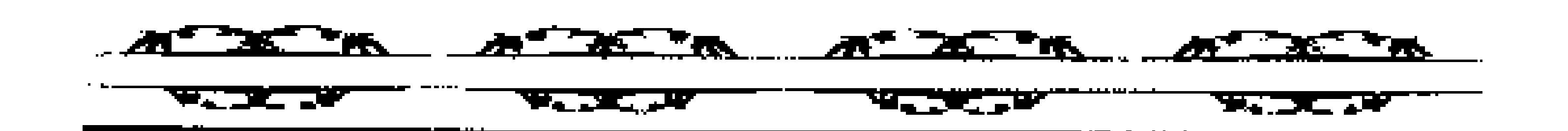
(٢) مقالة منشورة بصحيفة إنترناشيونال هيرالد تريبيون.

نقلا عن: http://www.iht.com/articles/2008/02/29/opinion/edelmenshawy.php



الفصل الرابع

صورة "بانورامية" عن برامج الفضائيات العربية



موضوعات برامج الفضائيات

يعدّ النمو في وسائل الإعلام احد المؤشرات الدّالة على درجة الحراك المميّزة للحالة الثقافية داخل أية أمة من الأمم، لأنها "تشكّل وعاء من الأوعية المهمة التي تنشر الثقافة داخل المجتمع، عبر ما تتداوله في برامجها من مضامين سياسية واقتصادية واجتماعية وما تسوقه من أساليب معينة للحياة. كما تؤدي وسائل الإعلام دورا حيويا في نشر الإبداع الثقافي، يضاف إلى ذلك الدور الذي تؤديه الرسالة الإعلامية كمرآة عاكسة لمنظومة القيم الثقافية والتي تسود مجتمعا من المجتمعات عبر مرحلة زمنية معينة"[1].

وتكامل العملية الإعلامية لا ينفي خصوصية أجزائها. "وتبرز الرسالة الإعلامية، كواحدة من الحلقات الأكثر أهمية في سلسلة العملية الإعلامية المتكاملة الحلقات، بعدّها أساس وجوهر العملية الإعلامية"[2].

ويفرض مواكبة الجمهور للتحولات العالمية والسعي إلى فهم الواقع القريب والبعيد والإسهام في تغيير الواقع الآن، اكتساب ثقافة جديدة متعددة المجالات: سياسية، واجتماعية، واقتصادية، ودينية، ومعرفية، وفنية، وقانونية ...، ويعدّ التلفزيون من نتائج التحوّلات التي طرأت على بنية فضاءات التنشئة الاجتماعية ومن مصادر الإثراء المعرفي بعدّه وسيطاً اتصالياً جماهيرياً يفترض أن له دوراً فاعلاً في اكتساب الثقافة الجديدة.

واتخذنا البرامج الحوارية التي تمتلك "حق المؤلف أو الملكية الفكرية للقناة"، لعرض الصورة البانورامية لبرامج الفضائيات العربية التي تعد أيضا مرآة عاكسة لمنظومة القيم الثقافية.

---

(١) التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٠٩.

(٢) د.أديب خضور، ((دراسات في المنهجية والسيمولوجيا وتحليل المضمون))، دمشق، مطبعة خالد بن الوليد، ١٩٨٧م، ص٦٩.



اذ يشهد العالم تغيرات مع مطلع القرن الواحد والعشرين بفضل العولمة والثورة العلمية التي تشق طريقها لتشكيل المجتمعات، "فتحكمها قيم وأساليب حياة مستحدثة، لم يشهدها القرن العشرين، فتم إعادة النظر في توجهات ومسائل وقيم، على أساس إن بعض السياسات والمواقف تتطلب تعديل"[1].

فشهدت المنطقة العربية "ثورة إعلامية كبرى" انسجاما مع "المتغيرات التقنية والاتصالية"*، "فتزايدت الفضائيات "ارتجالا"، في ظل ضعف الإنتاجية، وحداثة الخبرة، والتنافس، إلى درجة يمكن وصف واقع حال الإعلام العربي، بالقول: إن التقدم الاتصالي سبق التقدّم الاجتماعي والسياسي والاقتصادي. وبمعنى آخر، لقد شهد الإعلام العربي نموا وليس تنمية"[2].

وتمثل في التعارض بين طموحات وتمنيات الفرد العربي من جهة، وبين السياسات والتوجهات الإعلامية المعتمدة لتلك المؤسسات، "إذ تبدو الإشكالية الكبرى قائمة في طبيعة الدور المفقود لهذه الفضائيات ولاسيما على المستوى الثقافي"، مما حال دون رسم مسارات إعلامية، تعتمد على استراتيجيات ذات أهداف تنموية تأخذ في الاعتبار أساسيات الواقع العربي، وهي "الإنسان، والأرض، والمستقبل"[3]. أما عن أسباب اختيار البرامج الحوارية:

١- "ابرز مجالات التنافس بين الفضائيات في الوقت الراهن البرامج الحوارية، التي تطرح قضايا سياسية مصيرية أو قضايا اجتماعية أو اقتصادية أو علمية أو دينية تمّس المشاهد عن قرب، فعرفت الفضائيات تنافسا بين البرامج أكثر مما هو تنافس بين المحطات".

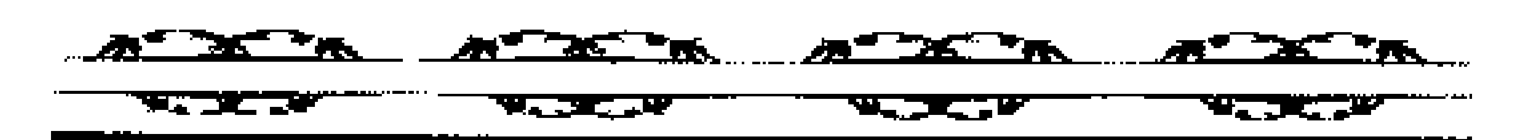
---

(١) د.مفتوق فتحية، ((المرأة ومسار الشراكة العربية الأوروبية))، "ندوة المرأة الأورومتوسطية: بشراكة وتنمية في عالم متحول"، مالطا، المنظمة العربية للمرأة، ٢٠- ٢١/ شباط/٢٠٠٧م. نقلا عن: ٢٠٠٨/١١/١م. www.afkeronline.org

* المتغيرات التقنية والاتصالية "الحتمية" في الفصل الاول/ المبحث الثاني.

(٢) د.نهوند القادري، ((قراءة في ثقافة الفضائيات العربية- الوقوف على تخوم التفكيك))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٨م، ص١٦٤.

(٣) د.عدنان خوجة، ((الفضائيات العربية وقيم الإبداع))، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، مجلة الإذاعات العربية، ع٣، ٢٠٠٨م، ص٥٠.



٢- "زيادة حضور البرامج الحوارية في السنوات الأخيرة نظرا لما تشهده المجتمعات العربية من أحداث في المجالات المختلفة، "ففرضت الحوار مادة إعلامية قادرة على الشرح والتحليل وفهم القضايا وخلفياتها وإبعادها بصورة آنية"[1].

٣- لم يأت تميّز برامج الحوار لأنها ذات محتوى وأسلوباً جديداً، بل عبر "سعة انتشارها واستقطابها لجمهور واسع من مشاهدي التلفزيون، وتكاليف إنتاجها قليلة، ويتم إعدادها بصورة آنية لمواكبة الإحداث"[2].

٣- "طورت بعض الفضائيات تجربتها عن طريق تطوير برامجها الحوارية، بحيث تكون رفيعة المستوى وذات مضامين ثقافية اجتماعية عميقة تحمل معلومات نوعية تغني المخزون الثقافي العربي باستضافة أصحاب القرار والعلماء ...الخ"[3].

٤- "يأتي الاهتمام المتزايد بهذا الشكل من البرامج تحديدا، في وقت يتنامى فيه السعي إلى توسيع هامش حرية التعبير في الأقطار العربية، بفسح المجال أمام طرح القضايا التي تتصل بمشاغل مجتمعاتها وتطلعات إفرادها في الميادين المختلفة، السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية. ولعلّ مما يؤكد هذا التوجه الإعلامي، الذي يتواصل تكريسه يوما بعد يوم، هو كثرة عناوين البرامج الحوارية التي تطالعنا على شاشات الفضائيات".

وتستند برامج الحوار على أربعة عناصر تميزها عن البرامج الأخرى التي تعتمد الحوار مثل المقابلات والندوات:

١- الاستديو: وهو فضاء البرنامج، إذ يخصص استديو أو قاعة ذات ديكور وسمات تتكرّر في كل حلقة من حلقات البرنامج ولتكون علامة فارقة ومميّزة له. ويتّم اختزال الزمان والمكان، أي يتّم توحّدهما طيلة مدة تسجيل أو بث البرنامج، وإذا حصل الفصل بينهما فهو فصل مؤقت. ويكمن دور التلفزيون في

---

(١) د.عبد الرزاق الحمامي، ((الحوار رؤية نقدية))، مجلة الإذاعات العربية، ع٣، ٢٠٠٨م، ((مصدر سبق ذكره))، ص٣٨.

(٢) د.جاسم محمد الشيخ جابر، ((البعد الاتصالي لبرامج الحوار في التلفزيون))، المصدر السابق نفسه، ص١٥.

(٣) د.نهوند القادري، ((مصدر سبق ذكره))، ص١١٧.

برامج الحوار، في جعل الاستديو "الحدث والمكان" إذ يتم تخطيط برامج الحوار من حيث الزمان والمكان "الآن **Now** وهنا **Here**" تحقيق هدفين:

الهدف الأول: منح الجمهور تجربة "اللحظية" أو التزامن بين البرنامج وبثه.

الهدف الأخر: خلق فرصة الاندماج وتجربة توّحد الفضاء بين البرنامج والجمهور بطريقة يشعر معها كما وانه مشارك فيه.

٢- **المضيّف:** شخص يتكرر ظهوره في "أغلب" حلقات البرنامج ويقترن وجوده بالبرنامج(١).

٣- **الضيوف:** وهم المتحدّثون الرئيسيون الذين يقّدمهم البرنامج ويسلط الضوء على القضايا والتجارب التي يثيروها، ويشكّل الضيوف محتوى البرنامج.

٤- **الجمهور:** المشارك في البرنامج، ويسعى القائمون على البرنامج من هذه المشاركة إلى تحقيق غايتين: "**إضفاء التفاعلية والمشاركة في الحوار**"*، **خلق شعور لدى الجمهور الخارجي بحضورهم ومشاركتهم، وكون البرنامج يناقش قضايا تخّصهم**(٢).

معيار سمات برامج الصناعات الإبداعية "برامج القضايا المعاصرة"

تعدّ المعيارية هي "دائما اقل من الكمال"، ولكن من اجل الحاجة إلى وضع مقياس يسهل عملية اختيار البرامج.

١- **استضافة مبدعين** "فنانين، ومفكرين، وأصحاب القرار، ونشطاء في الحقل السياسي، والاجتماعي، والاقتصادي، والديني، والتعليمي ... الخ"، وطرح أرائهم البناءة للمجتمع، للمساعدة في شرح القضية والتوصل أو عدم التوصل إلى حلول للقضايا المطروحة.

٢- **تقديم فكرة جديدة**، ذات معنى، ونافعة للمجتمع.

---

(١) د. جاسم محمد الشيخ جابر، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٦.

* تعد من سمات الصناعات الإبداعية.

(٢) جون هارتلي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٤٥.

٣- **يستمد مضمون البرامج من مشاكل أو تحديات المشهد السياسي** والثقافي والتكنولوجي للوطن العربي، ويسعى للتوصل إلى حلول تضيف شيئاً إلى تراث الثقافة العربية وتطويرها.

٤- **تتيح البرامج توسيع المشاركة في الإمكانات التي يتيحها الاتصال** التفاعلي الجديد، أي يسمح للجمهور بالمشاركة في تقرير خطابهم والتعبير عن أنفسهم.

٥- **تعنى برامج الإبداع "بالإعلام القيمي"**، إي التنمية الثقافية للوطن العربي بحدود قيم المجتمع، وتعنى أيضا بقضايا الساعة مثل الحداثة، والعولمة، والتطور الإنساني.

٦- **تحدد في ضوء التخطيط لا إن تكون حتمية، فيعرض البرنامج** أفكاره في الوقت نفسه الذي تكون القضية مطروحة في الواقع اليومي للإحداث، ليشارك الجمهور مشاركة فعالة في رسم الإحداث المستقبلية لهذه القضية، وتزيد معرفته عن تفاصيل أخرى كانت غائبة عنه.

٧- **"تهتم بقضايا الثقافة وأسئلة الإبداع، وتناقش قضايا المعرفة، وتطرح أسئلة وإشكاليات الحضارة والهوية**[1]".

وكلما تقدم المجتمع، تقدم الإعلام ليواكب ما يدور، **فالإعلام: هو "عملية نشر وتقديم معلومات صحيحة، وحقائق واضحة وأخبار صادقة وموضوعات دقيقة، ووقائع محددة، وأفكاراً منطقية، وآراء راجعة للجماهير مع ذكر مصادرها خدمة للصالح العام**[2]".

وتسهم البرامج الحوارية في التكوين المعرفي للجمهور، ويمكن تزودهما بالثقافة من برامج أخرى، فكل برنامج يقدم معرفة في المجالات

---

(١) د. عبد الله تايه، ((الإعلام الثقافي في الإذاعة والتليفزيون))، رام الله، دار الماجد للطباعة، ٢٠٠٦م، ص٢٧.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص٢٨.

شتى هو بالضرورة يضيف إلى الرصيد المعرفي للمتلقي. وهذا يدعو القائمين على وضع البرامج، "أن "يتفننوا" في إيجاد برامج قادرة على تزويد المتلقي بالمعرفة وكافة الجوانب التي تسهم في خلق عادات وقيم تسهم في تعاون الأفراد داخل المجتمع الواحد، وتحقق أعلى قدر من إنجاح مشروعات التنمية، علاوة على تحقيق السلام الاجتماعي بين الفرد وذاته، وبينه وبين المحيطين به"[1].

ويظهر دور برامج الحوار التليفزيونية بشكل أكثر تأثيراً على المتلقين حينما تقدم برامج جادة ومنوعة، تربط الحاضر بالماضي بالمستقبل، وتؤكد الهوية الثقافية، فيتكون لدى الفرد الشعور بالاعتزاز بوطنه، ويدفعه للعمل من أجل مستقبل أفضل، وتسهم هذه البرامج ايضاً في رفد معلومات المتلقين في القضايا الكبيرة التي يعاني منها المجتمع ويرغب في مشاركة الأفراد في تفهمها.

وتعدّ القنوات الفضائية من أكثر الوسائل الاتصالية ملاءمة لتحقيق العرض، وذلك للأسباب الآتية:

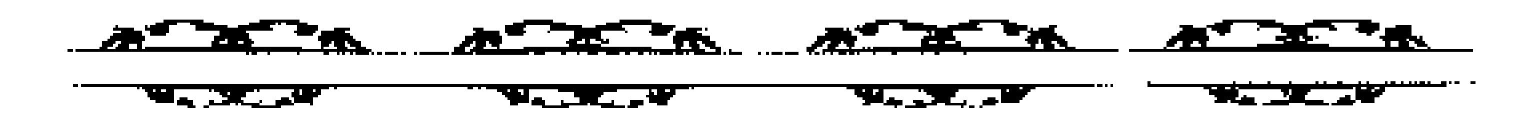
١- انتشار بث مادتها الاتصالية على مساحة واسعة، وسهولة الحصول على العينة ومتابعتها.

٢- وجود أكثر من مادة يمكن توظيفها بعناية لجذب المشاهد بطريقة يمكن عن طريقها توظيف القيم المختلفة بمادة إعلامية تخدم بقوة الأهداف التي تسعى الوصول إليها الجهات المشرفة على صناعة مضمون الثقافة في هذه القنوات.

٣- نجحت بعض القنوات في بث أنماط من الرسائل الاتصالية التي استطاعت الخروج من المألوف، من المحتمل بسبب وجود كفاءات استطاعت أن تتخذ مجرى آخر، أو إن هناك سياسات إعلامية مقصودة

---

(١) المصدر السابق نفسه، ص٢٦.



لأغراض دعائية معينة. ومن اجل انجاز العرض اختارنا نماذج برامج من القنوات الفضائية المتخصصة الآتية: "قناة الجزيرة"*، و"قناة العربية"*، وذلك لاعتبارات عدة:

١- يزيد عدد القنوات المتخصصة عن ضعفي عدد القنوات العامة، إذ يبلغ عدد القنوات المتخصصة ((٢١٢)) قناة، ويصل إجمالي عدد القنوات العامة

---

* قناة الجزيرة محطة فضائية قطرية استُوحي اسمها من شبه الجزيرة العربية، وكانت بدايتها في شهر نيسان/١٩٩٦م، بدعم من حكومة قطر وبميزانية تجاوزت ١٥٠ مليون ريال، وأصبحت في سنوات قليلة أكبر قناة إخبارية عربية من ناحية الانتشار "أكثر من ٤٥ مليون مشاهد" وكانت سبباً قوياً في انطلاق قنوات فضائية أخرى بهدف منافستها. أما من أكثر أسباب شهرة قناة الجزيرة عالمياً هو تغطيتها لغزو أفغانستان والعراق وبثها أشرطة أسامة بن لادن حصرياً. وكانت بداية القناة بتوظيف الكادر المؤهل من الفرع العربي لقناة *BBC* الإخبارية البريطانية في لندن بعد إلغائها. ولقد رفعت الجزيرة منذ البداية شعاراً لها "الرأي و الرأي الآخر" وكان التطبيق العملي لهذا الشعار واضحاً في البرامج الحوارية التي قدمتها، وكانت جديدة تماماً على المشاهد العربي، فبرامج أكثر من رأي وبلا حدود والاتجاه المعاكس بما تطرحه من آراء متعارضة واستضافة القناة لأصوات من قوى المعارضة العربية وحتى من القوى الإسلامية المعتدلة وإتاحة الفرصة لهم بعد أن كان الإعلام الرسمي العربي يغيب كل صوت لا يوافقه. وفتحت الجزيرة الباب لسماع رأي خبراء وسياسيين دوليين أجانب سواء كانوا أمريكيين أو أوروبيين وحتى الصحفيين والساسة الإسرائيليين، وأحدثت هذه السياسة المفتوحة والمختلفة اضطرابا في تقييم أداء القناة سواء من الناحية الرسمية أو من الناحية الشعبية. فعادت الكثير من الحكومات العربية الجزيرة لسماحها لقوى المعارضة بالظهور والتعبير عن آرائها وحتى الإساءة للقيادات العربية التي كانت بمثابة رموز لا يجوز المساس بها. أما عن الناحية الشعبية، فقد عدها البعض صوتا غريبا تمارس سياسة الترويج للتطبيع مع إسرائيل والغرب مثل إذاعات البي بي سي، في حين عدّها البعض الآخر ثورة في الإعلام العربي وإحدى ملامح بدايات تحرره. نقلا عن: بتاريخ٢٨/١/٢٠٠٩م.

http://ar.wikipedia.org/w/index.php?title

* قناة العربية تبث من المدينة الإعلامية في دبي، في الإمارات العربية المتحدة. وهي إحدى قنوات مجموعة مركز تلفزيون الشرق الأوسط *MBC* وتهتم القناة بالأخبار السياسية والرياضية والاقتصادية. بدأت البث في ٢ آذار / ٢٠٠٣م تولّى إدارة القناة حين إنشاءها صالح القلاب وزير الإعلام الأردني السابق، إذ بدأت تغطية الحرب على العراق. ثم تولى الإدارة الصحفي عبد الرحمن الراشد بعد أن ترك رئاسة تحرير جريدة الشرق الأوسط و ذلك بعد مرور عام على التأسيس، وفي عهده صارت العربية ثاني قناة الأكثر مشاهدة في الدول العربية بحسب دراسة ميدانية اجرتها مؤسسة أيبسوس ستات المتخصصة في أبحاث الإعلام المرئي. نقلا عن: الموسوعة الحرة لخلق وجمع المحتوى العربي بتاريخ الخميس٢/٧/٢٠٠٩م. http://www.marefa.org/index.php



((١٣٠)) قناة إذ تم استبعاد ((٤٠)) من التصنيف بسبب عدم تحديد هويتها*.

"ويعني ذلك إن الأعلام الفضائي العربي أصبح جزءاً لا يتجزأ من ظاهرة العولمة التي تدعم فكرة وسائل الإعلام المتخصصة مقابل ضعف التركيز على إنشاء وسائل إعلام عامة متنوعة الاهتمامات. وبدأت القنوات المتخصصة تتفاعل في "السوق الفضائي" على جمهور محدود"[1].

٢- وقع الاختيار على برامج "الجزيرة* والعربية"، لأنهما "لا تتّكلا على ريع الإعلانات، إذا قاطعتهما الشركات المعلنة واتجهت إلى فضائيات أخرى. ويرتكز سر نجاحهما على الجمهور، فتتغلب القنوات المتخصصة بالأخبار على الاعتبارات المالية الموجودة في بقية القنوات، فتتسم برامجها بالجدية". وقد كانت قناتا الجزيرة والعربية رائدتين في نقل المعلومة والصورة وتغطية الأحداث، وأثبتت أن المشاهد العربي على قدر كبير من الجدية والرغبة في متابعة الأخبار والتحليلات.

٣- "تعدّ قناة الجزيرة خامس أقوى علامة تجارية في العالم، بحسب استطلاع آراء ألفين من مديري العلامات التجارية ومسؤولي شركات الاعلان والأكاديميين، والذي أجرته مجلة "براند تشانل" ***Brand channel*** التي تنشر موادها على الانترنت".

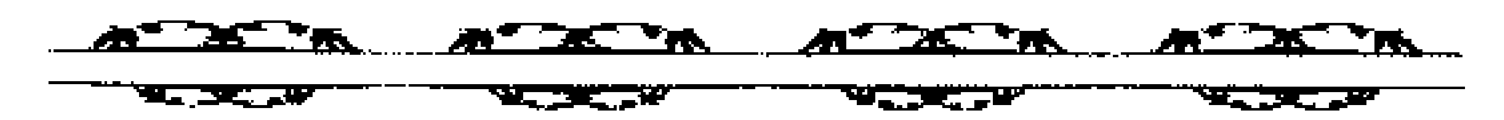
٤- يتم النظر إلى محتوى الأخبار والقضايا المعاصرة بصورة عامة، بصفتها تؤدي دوراً نسبياً في اجتذاب الجمهور في "الوطن العربي، والعالم"، ويقبل

---

* انظر الجدول يبين عدد القنوات المتخصصة وأنواعها والعامة في الفضاء العربي.

(١) التقرير العربي الأول للتمية الثقافية، مصدر سبق ذكره، ص٢٧٩ص٢٨٠ص٢٨٢.

* **مجموعة قنوات الجزيرة:** قناة الجزيرة الإخبارية العربية١٩٩٦م، الجزيرة الرياضية٢٠٠٥م، قناة الجزيرة للأطفال٢٠٠٥م، قناة الجزيرة الانجليزية :قناة إخبارية ناطقة بالإنجليزية انطلقت عند ١٢:٠٠ بتوقيت غرينتش ١٥ / ١١/ ٢٠٠٦م، قناة الجزيرة الوثائقية : انطلقت في ٢٠٠٧/١/١م، قناة الجزيرة مباشر: انطلقت في ٢٠٠٥\٤\١٥م ليس للجزيرة أي مكتب في السعودية والجزائر، وقد سبق أن أغلق مكتبها في إيران والعراق والكويت والأردن وفلسطين والسودان وتونس والمغرب. نقلا عن: بتاريخ٢٠٠٩/١/٢٨م **http://ar.wikipedia.org/w/index.php?title**



الجمهور بصورة متزايدة على المشاهدة بأوقات أعلى في زمن الأزمات "أياً كان نوعها ولاسيما في مناطق النزاع الرئيسة في العالم العربي "العراق، وفلسطين، ولبنان، والسودان وغيرها"، وأيضاً لمتابعة الإخبار العادية، لانعكاسها على حياته، وانسجاماً مع التقاليد العربية في استعراض السياسات المحلية والإقليمية في المقاهي وغيرها من الأماكن العامة. ولهذا "**ستكون نسبة تعرض الجمهور لهذه النوعية من القنوات أكثر من غيرها، لان نشرات الإخبار بالنسبة إلى عدد كبير من المشاهدين هي بمثابة موعد يومي، بتوقيت ثابت، وفي المساء في الأساس، وكأنهم مدعوّون إلى القداس الاحتفالي الكبير للإعلام**".

٥- الاعتبار الأساس هو: "**تعدّ قناة الجزيرة وقناة العربية من أكثر القنوات مشاهدة في العالم العربي حسب الدراسة التي قامت بها *Allied Media* فإن عدد مشاهدي قناة العربية يقدر بـ "٢٣,٣٩٦,١٢٠" مشاهد بينما عدد مشاهدي قناة الجزيرة يقدر بـ " ٥٢,٢٠٨,١٧٧ " مشاهد**".

٦- مثلت قناة الجزيرة عهداً جديداً من الإعلام النقدي. فمنذ تأسيسها عام ١٩٩٦م، أدت دوراً في عملية تفكيك عناصر الرقابة المسيطرة على الإعلام الرسمي العربي وتنويع فرص الحوار التعددي، وإمكانات خلق تقاليد التفاعل الايجابي بين التيارات المختلفة والشخصيات الفكرية والثقافية والسياسية والحزبية والإيديولوجية المكونة للواقع العربي، والواقع الدولي وحتى شخصيات إسرائيلية، وعلى الرغم من أن أكثر برامجها استجوابية*،

---

* البرامج الحية: الاتجاه المعاكس يقدمه فيصل القاسم، أكثر من رأي يقدمه سامي حداد، بلا حدود يقدمه أحمد منصور، حوار مفتوح يقدمه غسان بن جدو، الشريعة والحياة عثمان عثمان، منبر الجزيرة ليلى الشايب، ما وراء الخبر بالتناوب، من واشنطن يقدمه حافظ الميرازي سابقاً وحالياً المغربي عبد الرحيم فقراء، الكتاب خير جليس يقدمه خالد الحروب، يحكى أن يعده أسعد طه، نقطة ساخنة يعده أسعد طه، وجهة نظر، تحت المجهر، فلسطين تحت المجهر، المشهد العراقي، المشهد السوداني، مع هيكل برنامج تلفزيوني يقدمه الصحفي محمد حسنين هيكل، ممنوعون، أدب السجون، المحاربون القدامى، مراسلو الجزيرة، لقاء خاص، زيارة خاصة، عرب أمريكا اللاتينية، أصدقاء العرب، أوراق ثقافية، أرشيفهم وتاريخنا، كواليس الجامعة العربية، الشاهد سري للغاية يعده يسري فودة، دروب الجريمة السياسية. منقولة من موقع القناة. http://www.aljazeera.net/channel/



وتحمل في مضامينها عملية تفكيك مستمر للمعنى "وهي من قيم ما بعد الحداثة"، فهي لا تعكس الواقع بشكل رمزي، ولكنها تحاكيه وتزيد عليه ليكون ما فوق الواقعي قد يكون السبب جذب انتباه الجمهور. ومهما اختلفت الأسباب، فانه لا يمكن الانتقاص من قيمتها المهنية والإعلامية. فثمة حرص واضح لديها على تكريس روح حرية الاختلاف، وتجسده في شعار القناة "الرأي والرأي الآخر"[1].

٧- "أسهمت قناة العربية* في تحقيق الأهداف ذاتها لقناة الجزيرة، فضلاً عن انه يمكن إن نعدّها منافساً قوياً لها، لأنهما الأكثر مشاهدة حسب استطلاعات الرأي العربية والعالمية"[2].

ويرى بعض النقاد "أن قناة العربية عبارة عن أداة أمريكية*، وهناك من يطلق عليها سخرية "العبرية"، إلا أن الاتهام الأقوى هو التبعية لسياسة المملكة

---

(١) بتاريخ ٢٠٠٩/٣/٢٤م http://www.almollta.com/vb/index.php

* وبحسب دراسة ميدانية أجرتها "مؤسسة أبسوس ستات" المتخصصة في أبحاث الإعلام المرئي على عينة من سكان عرب "في العراق والسعودية" حظيت قناة العربية بأعلى نسبة مشاهدة من بين القنوات الإخبارية في العينة التي شملتها الدراسة"؛ "وسبق أن اختارت الأكاديمية الدولية للفنون والعلوم التلفزيونية "أكاديمية التلفزيون العالمية"، ومقرها مدينة نيويورك الأمريكية، تغطية قناة العربية للانتخابات العراقية من بين أفضل ١٠ تغطيات صحفية تلفزيونية حول العالم، وذلك لتغطيتها المميزة في أثناء الانتخابات العراقية عن طريق برنامج "العراق يقرر"؛ وشاركت فيها ٤٠ تغطية مختصة". نقلا عن: Ipsos Stat' leading news channel of the region survey confirms the position of Al Arabiya as the (بالإنكليزية). AMEInfo.

(٢)المنصف وناس وآخرون، ((ثورة الصورة: المشهد الاعلامي وفضاء الواقع))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٨م، ص٥٨.

* بالرغم من أن "سوا والحرة"، تبث السموم الفكرية والسياسية التي تخدم مصلحة أمريكا سياسياً والغرب ثقافياً، **إلا أن المجموعة الأمريكية الذكية "وهي قناة العربية و "Mbc1,2,3,4" هي الوسيلة الأمريكية الحقيقية للتغيير، حسب التقرير السري الصادر عن وزارة الخارجية الامريكية في نهاية عام ٢٠٠٥م، وجاء فيه: "أن المشاهد العربي يظن أن هدف قناة العربية هو منافسة قناة الجزيرة والدعاية لسياسة السعودية والحقيقة ورغم أن مواجهة ومنافسة الجزيرة سياسة استراتيجية متبعة لدى العربية إلا أن الهدف الأساسي يتجاوز علاقة القناتين والدولتين إلى هدفان أساسيان: أولهما تحسين صورة أمريكا في العالم العربي، رغم وجود بعض التقارير والأخبار التي تظهر عكس ذلك بهدف التغطية. واهم وسيلة غير مباشرة لتحقيق هذا الهدف هو تمجيد المبادىء والنماذج والقيم الامريكية، أما الهدف الثاني فهو تشويه صورة الإسلام، رغم بعض التقارير والأخبار التي تظهر عكس ذلك، وايضاً بهدف التغطية. واهم وسيلة غير مباشرة لتحقيق هذا الهدف هو مهاجمة الثوابت والتيارات والرموز والأفكار الإسلامية الوسطية ومحاولة خلط المفاهيم والأحكام وجعل كل اصل إسلامي قابل للمناقشة**



العربية السعودية، فالقناة مملوكة لمركز تلفزيون الشرق الأوسط السعودية ويراها حكام السعودية كأداة من تصميمهم"(1).

وتبث القناة الأخبار السياسية، كما تسلط الضوء على الأخبار الاقتصادية وأسواق الأسهم الخليجية والعربية وتتابعها بالبث والتحليل اليومي المباشر. ولقد احتفلت قناة العربية في الثالث من آذار عام ٢٠٠٨م* بمرور خمس سنوات على انطلاق بثها وقد ألقى "عبد الرحمن الراشد"* مدير القناة كلمة بهذه المناسبة قال فيها: "أهم ما أنجزناه هو تقديم وجهة نظر مختلفة لملايين المشاهدين في المنطقة العربية".

والتغيير تدريجياً بجانب كم هائل من البرامج التحريرية في القنوات، وأوصى التقرير أهمية نقل التجربة الناجحة في الخليج العربي الى مناطق أخرى مثل تركيا، إذ ازدادت نسبة الكارهين لأمريكا من٧٧٪عام ٢٠٠٢م إلى ٧٩٪عام ٢٠٠٤م، بينما انخفضت هذه النسبة في العالم العربي من ٩١٪عام٢٠٠٢م إلى ٨٨٪عام ٢٠٠٤م. وايضا كانت من أهم توصيات التقرير تقديم مساعدة لقناة العربية مقدارها خمسمائة مليون دولار امريكي على مدى خمس سنوات على أن تقدم ١٠٪ من هذا المبلغ بصورة مادية مباشرة أما ال ٩٠٪ المتبقية فتكون على شكل مساعدات فنية ولوجستية وإعلانات مدفوعة أما المساعدات المعنوية فتشمل حسب التوصية في إعطاء العاملين في هذه القنوات السبق في العالم العربي من ناحية المعلومة أو المقابلات مع كبار المسؤولين الأمريكيين عن طريق المؤتمرات الصحفية وتزويدها بالمعلومات والتقنية المتطورة، ومن الطريف أن التوصيات بررت الدعم لخمس سنوات فقط لقناة العربية بأنه العمر الافتراضي المتبقي للقناة في الشارع العربي فستكون العربية عام ٢٠١٠م وحسب التقرير فقدت آخر درجة من مصداقيتها عند الجمهور العربي.

نقلا عن: "تقرير سري وهام عن قناة العربية"، "Report to the Chairman, Subcommittee on National Security, Emerging Threats and International Relations, Committee on Government Reform, House of Representatives. August 2006. U.S. INTERNATIONAL BROADCASTING. Management of Middle East Broadcasting Services Could Be Improved".

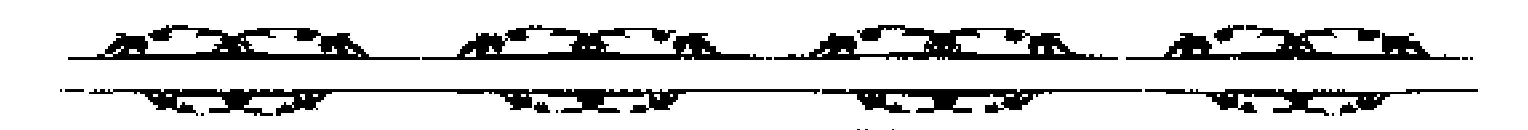
http://bay 104.mail/ReadMessageLight.aspx?Aux=.

(1) روبرت وورث (٤ يناير ٢٠٠٨). www.voice of moderation helps transform Arab media A، إنترناشيونال هيرالد تريبيون.

* وأطلقت القناة ايضاً في آذار٢٠٠٨م، ملتقاها الإبداعي الثاني لصناعة الأفلام الوثائقية، ويرمي إلى تشجيع الشباب العربي على التعاطي مع إنتاج الأفلام الوثائقية كواحد من ابرز مجالات الإبداع الإعلامي، عبر برنامجي "محفظة استثمارية" و"مستشارك المالي". وكانت قد بثت في كانون الثاني/ ٢٠٠٦م على مدى ١٢ حلقة المراحل الأخيرة لمسابقة رواد الأعمال العرب، التي يعتقد أنها أول مسابقة للمستثمرين الشباب في العالم العربي. كما تتميز قناة العربية بعرضها لعدد كبير من البرامج العلمية والوثائقية ذات القيمة العلمية والتي تهم كل مشاهد عربي. نقلا عن: الموسوعة الحرة لخلق وجمع المحتوى العربيبتاريخ الخميس٢/٧/٢٠٠٩م.

.http://www.marefa.org/index.php

* عُرف عن عبد الرحمن الراشد انتقاده الحاد للتطرف الديني بأشكالها كلها. كما كتب عنه نائب رئيس تحرير جريدة المصريون وقال: أن "عبد الرحمن الراشد لا يترك موقفا واحدا فيه نزاع بين المسلمين والغرب إلا انحاز بشكل تلقائي إلى الطرف الغربي، حتى لو كان الأمر شديد الفجاجة والاستفزاز". وتم انتقاد مواقف الراشد



٨- "تعدّ الجزيرة والعربية قناتين متنافستين ضمنا، ان لم يكن صراحة، وتجرأت بعض القراءات على القول ان قناة "العربية" جاءت خصيّصا "لمحاصرة" نفوذ "الجزيرة" الاعلامي، والتقليل من تأثيرها القوي في المجتمع العربي". وبغض النظر عن أهمية هذا، فثمة بعض أوجه التشابه بين القناتين من حيث المضامين والاهتمامات وحتى الغايات. وان القناتين تهدف عن طريق الانسجام في طرحها للقضايا في البرامج الحوارية مع تقارير التنمية الإنسانية العربية الصادرة عن الأمم المتحدة في السنوات الأخيرة إلى التالي:

١- دعم فكر الحريات، وأدبيات الحوار المتفتح.

٢- تقديم النموذج المعرفي الواعي المتفتح.

٣- نشر المفاهيم الصحيحة للمساواة، والحقوق، والدين.

٤- دعم ثقافة ومنهجية السلام مع الذات والآخرين.

٥- دعم فكر الانفتاح، والتنوع، والاجتهاد.

٦- دعم اللغة العربية، ومفهوم قبول لغات الأقليات.

٧- التوعية بالصحة الجسدية والنفسية والأسرية.

٨- رفع مستوى التأهيل والتدريب.

"ولا تعني النماذج المختارة المفاضلة للقنوات أو المقدمين والمعدين"، ولكن الأخذ في الاعتبار مطابقة سمات برامج الإبداع لهذه البرامج، فقد أدت دوراً مهماً في عملية تفكيك عناصر الرتابة المسيطرة على البرامج ونوعت فرص الحوار، وإمكانات خلق تقاليد التفاعل الايجابي بين الشخصيات المختلفة الفكرية والثقافية والسياسية المكونة للواقع العربي، وتوافرت فيها طاقات إعلامية متميزة، لا تطلب من الجمهور

المؤيدة للغرب ومن منتقديه نائب رئيس تحرير صحيفة "آخر لحظة" التي تعدّ أوسع الصحف السودانية انتشاراً إذ وصفه "بالطبّال لأنظمة الغرب المسيحي الإمبريالي من على منابر العرب". وقام الباحث السعودي الدكتور أحمد بن راشد بن سعيد أستاذ الإعلام السياسي بجامعة الملك سعود بنشر دراسة تحت عنوان "عبد الرحمن الراشد والخطاب المتصهين" يتهمه بتحيزه مع أمريكا وإسرائيل ضد العرب والمسلمين. نقلا عن: الموسوعة الحرة لخلق وجمع المحتوى العربي بتاريخ الخميس ٢٠٠٩/٧/٢م. http://www.marefa.org/index.php



"جمهور خارج الاستديو وداخل الاستديو" أن يكون في وضعية المشاهدة والاستمتاع فقط، ولكن المشاركة في تطوير ما يحدث أمامه.

ويجب ان تعتمد الدراسات الإعلامية الحديثة، **على ما اسماه سي. رايت- ميلز بالخيال السوسيولوجي"**. وقدم غيدنز صياغة حديثة للخيال السوسيولوجي تقوم على أبعاد ثلاثة: **"أولها الإفادة من التجربة الاجتماعية على امتداد التاريخ، وثانيها التعلم من التجارب الاجتماعية للآخرين المختلفين عنا، وأخيرا يستوجب النظر عند بحث أي موضوع إلى آفاقه المستقبلية، وان نعي المستقبل البديل المتاح لنا، والإسهام في نقد الإشكال الاجتماعية القائمة"**[1].

وتعدّ العملية الاتصالية عملية اجتماعية هدفها الإنسان، إلا أن غاية كل نوع من أنواع الاتصال تختلف تبعا لنمط الرسالة الموجهة إلى الجمهور. وتتبنى المدرسة النقدية الثقافية "فرانكفورت"* في الإعلام، هذا المفهوم في دراستها للمحتوى

---

(١) جون هيلز، جوليان لوغران، دافيد بياشو، ((الاستبعاد الاجتماعي))، ترجمة: د.محمد الجوهري، الكويت، عالم المعرفة، ت٢٤٤، أكتوبر/ ٢٠٠٧م، ص٨. لم يذكر الكتاب شيء عن غيدنز سوى انه أستاذ مؤلفي هذا الكتاب ومرشدهم الفكري.

* في ثلاثينات القرن العشرين بلور السوسيولوجي الألماني هوركايمر نظرية فكرية نقدية تشمل في رؤيتها التحليلية مساحة الاجتماع الأوربي بمختلف بنياته. فتأسست مدرسة فرنكفورت على أساس موقف فلسفي يقوم على مفهومين اثنين هما العقل النقدي والحرية. وانجزت أعمالاً متميزة تعدّ أوسع مراجعة نقدية للحداثة الأوروبية. وثمة ميزة وسمت افكارها وأعمالها، لقد كانت التآليف التي أنتجها رواد فرنكفورت مثل هوركايمر وأدورنو .. تعبيرا عن فكر خصب في إشكالات المجتمع الحداثي الأوروبي. واستفادت من مرجعيات فلسفية وإجراءات منهجية متعددة تنتمي إلى حقول معرفية متنوعة، فمنها ما هو مستعار من الحقل السوسيولوجي، والتحليل النفسي، والاقتصاد السياسي، والاعلام. والذي مكنها من الشمولية هو أنها اشتغلت بعقلية الفريق. ثم جاء عصر الأنوار بمُثُل فكرية سياسية لإنشاء مجتمع عقلاني يجسد الحرية وانطلاق فعله النقدي من دون حواجز. لكن التطور اللاحق للمجتمع الحداثي سيحول العقل من مرجعية إلى أداة مستبدة، ومن فاعل نقدي إلى آلية للمحافظة وتثبيت الوضع، وخلصت مدرسة فرنكفورت إلى مجموعة من الملاحظات تفضح التحريف. فعلى المستوى الفلسفي ركز ادورنو وهوركايمر على فضح الوعي الأنواري وإبراز انقلابه على مبادئه ومثله، بتأسيسه لمجتمع يلغي الحرية والنقد، وينمط الفكر والسلوك، وعلى نقد وضعية الفن داخل المجتمع الحداثي، مبرزا التحولات التي جرفت الذوق، وحولت العمل الفني إلى مجرد سلعة، مؤكدا على أن الحداثة مشروع يلتهم الإنسان والقيم، ويحول كل شيء إلى أداة وسلعة للاستهلاك. حتى انقلبت الكينونة الإنسانية فتحول عندها الكوجيتو الديكارتي من أنا أفكر إذن أنا موجود" إلى "أنا أستهلك إذن أنا موجود"!!. لكن ما هو البديل

وخصائصه الفكرية والثقافية وعلاقاتها بالمجتمع، إذ تهتم بالأفكار بعدّها صياغة عقلية، وتتعامل مع الرموز اللغوية من هذا المفهوم وليس من مجرد كونها كلمات. وبالتالي فان الرموز التي تستخدم في وسائل الإعلام هي عبارة عن "صياغة للأفكار **المسيطرة والتي يقسرها المتلقي في الإطار المرجعي الذي تم ترميزها عن طريقه. وهذا هو الدور المهني لوسائل الاتصال في الترميز"[1].**

وطبقنا في عملية عرض مضمون البرامج عملية الاستدلال للكشف عن القيم الثقافية السائدة ودوافع الاهتمام بهذه القيم، وهل تأخذ أساسا للاستدلال حول الأفكار المسيطرة ودعم الوضع الراهن؟ وعلى سبيل المثال حسب **نظرية الغرس** في الفصل الاول/ المبحث الأول **في توضيح الواقع وتطويره.** نجد إن جورج جربنر يرى **"إن تأكيد العلاقة بين كثافة المشاهدة وإدراك الواقع الاجتماعي بالبرامج التي يعرضها التلفزيون تعتمد على مؤشرات ثلاث، يتطلب اثنين منها الكشف عنها استعمال تحليل مضمون الرسالة الاتصالية، وهما العمليات المؤسسية الكامنة وراء إنتاج المضمون، والصور الذهنية التي ترسمها وسائل الإعلام". "ويعدّ أهم الاعتبارات الأساس لنظرية الغرس واختباراتها هو تحليل الرسالة العامة للتلفزيون، ومعرفة صورة "الواقع الرمزي" التي يقدمها التلفزيون، ويقوم بالتأثير أولا على التعلم ثم بناء وجهات النظر حول الحياة الاجتماعية"[2].**

وغيّر دخول البث الفضائي قواعد التواصل مع الجمهور، لاسيما لدى الأطراف الفاعلة "المسؤولين في مجموعات المصالح، والممثلين والقادة السياسيين"،

=الذي يقترحه هذا التحليل النقدي الشامل، لقد سكن رواد مدرسة فرنكفورت في البداية حلم بالتغيير المجتمعي، لتجسيد مجتمع العقل والحرية، لكن انتهوا الى ان الغرب يسير على نحو حتمي نحو مجتمع بيروقراطي بآليات استبدادية تمنع الفرد من إمكانية الاختيار والحرية، بل إلى درجة تخدير الشعوب وإلغاء شعورها بقيود الاستبداد وذلك لأن المجتمع الغربي انتقل إلى وضع انمحى فيه التفكير النقدي، وزالت فيه إمكانية اليوتوبيا والتفكير في بديل مجتمعي للسائد . نقلا عن: ارمان وميشال ماتلار، ((تاريخ نظريات الاتصال))، ترجمة: د.نصر الدين لعياضي، د.الصادق رابح، بيروت، المنظمة العربية للترجمة، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٥م، صفحات متفرقة.

(١) د.محمد عبد الحميد، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢١٨ .

(٢) د.محمد عبد الحميد، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢١٩ .

وتأثيره في بناء تمثيل الواقع. ويمكن القول أنّ المجتمع يحدد احتياجاته الاتصالية ويحدد الوظائف والقيم الاجتماعية التي تشبع تلك الاحتياجات، ولكن يصح القول أيضاً أن يقوم النظام الاتصالي بتحديد الاحتياجات الاتصالية للمجتمع في ضوء تصوره لمصالحه ومن ثم تحديد الوظائف والقيم الاجتماعية والسياسية والثقافية التي تشبع تلك الاحتياجات.

وقد طرحت القنوات الفضائية العربية عروبة جديدة، ويصنفها مايكل هاديسون بأنها "تمثل إطاراً تستطيع فيه التعددية الموجودة في المجتمع العربي أن تجد لها مكاناً آمناً، فما تطرحه القنوات الفضائية هوية عربية جديدة تخلق لدى المشاهدين العرب إحساساً بالمصالح والمصير المشترك والهوية الواحدة ولكنها لا تخلق لديهم الإحساس بضرورة توحد العرب في كيان سياسي واحد"[1].

ولا يخفى إن الإعلام ابن بيئته المعبر عنها، غير أن معظم الفضائيات العربية تدور في فلك الإعلام الغربي بأفكاره وطرح رؤيته القائمة على حاجات مجتمعه، في حين يكون الجمهور العربي في مقعد المتلقي السلبي، ليس لديه الاستعداد للتفكير أو الرفض أو القبول ضمن منظومة مجتمعية جعلت التفكير والإبداع من قبيل الترف أو الممنوع. فتقدم اغلبية الفضائيات برامج، عبارة عن شكل من دون مضمون، وعلى الرغم من تبشيرنا بعصر انفتاح المعرفة وتأكيد التواصل بين الشعوب العربية وقضاياها، وبالرغم من ذلك برزت عدد من الفضائيات العربية ذات الطابع الإخباري، أو المتخصصة وتطورت في السياق الإقليمي من أجل الوصول إلى الجمهور العربي، والإسهام الفاعل في تكوين أنساقهم المعرفية والفكرية والقيمية والسلوكية. ويمكن فهم السياق الإقليمي في ضوء السياق الكوني الذي يرى إن ساحة الصراع وميدان الرهان هو كسب أذهان البشر، وإن للإعلام ولاسيما الفضائي منه دوراً حاسماً في هذا المجال.

ويجب لهذا أن تكون لدى الفضائيات العربية برامج تعبر عن هويتها إلى جوار ما تراه عالمياً، حتى لا تضعف هويتها ومعها هوية المشاهدين، وإذا أتيحت

---

(1) د.نهوند القادري، ((مصدر سبق ذكره))، ص٥٦.

حرية التعبير بشكل مناسب ستخلق العديد من الأفكار من واقع التجربة العربية.

أي أن البرنامج الخلاق يصنع جمهوره ومن ثم يسعى إليه الرعاة والمعلنون، ولكن تحبذ القنوات الفضائية دائماً إيجاد "السوق قبل السلعة"، وإذا "عددنا أن البرنامج الناجح جدلاً سلعة". فهل استطاعت القنوات الفضائية، تقديم برامج جيدة في الشكل والمضمون، وأشكالاً جديدة على الإعلام العربي سواء اختلفنا أو اتفقنا مع مضامينها، وهل يمكن أن تصنف ضمن "الصناعات الإبداعية" للثقافة العربية بامتلاكها حقوق "الملكية الفكرية"؟.

أن الإعلام يتجه دائماً إلى القضايا السياسية، ويرى أنها أهم من القضايا الأخرى، لاسيما ماله علاقة بالتغطيات الإخبارية، مع العلم أن هذه القضايا آنية، تتجدد موضوعاتها، لأن الأحداث متلاحقة في عالم تتصارع فيه مصالح عديدة، لكن تأخذ القضايا الأخرى حيزاً أقل، علماً أنها موضوعات إنسانية دائمة تدعو إلى فكر وإبداع، وتصقل رؤية إنسانية ذات بعد ثقافي، وتنشغل بتأسيس مفاهيم وقيم إنسانية تكون مدعاة للتلاؤم الاجتماعي، والتواصل بين الشعوب. وتعدّ هذه القضايا إستراتيجية، بعيدة المدى، لا يتم جني فوائدها مباشرة.

وعلى الرغم من التمايز الواضح بين ما درج الإعلام على تناوله وما تسعى بعض البرامج الى مناقشته لترسيخ مفاهيم وقيم حضارية، ويشبه الأمر صراعاً قائماً بين مُستَهلك ومُستدام، لذا ناقشت قضايا عَدت استجابة للجمهور لإشباع حاجاته وانعكاساً للواقع، والمحافظة على الشخصية والهوية العربية، ليس من منطلق التعصب لثقافتنا العربية أو الانعزال عن العالم، وإنما ثقافتنا هي المكون الأساس لشخصيتنا العربية الإسلامية التي ننطلق عن طريقها للتفاعل الثقافي مع الغير بروح "الندية" والمساواة وليس من واقع التقليد واستيراد ثقافة الاستهلاك، فجاءت معبرة عن المجتمع وسلوكه وقيمه ومعارفه ونموه وتقدمه.

وتبين أن "المادة الخبرية" المذاعة في وسائل الإعلام تمثل المادة الخام في تشكيل اختيار لاسيما برامج الحوار في القنوات المنقولة من واقع الحياة العربية، وتأثير العالم الخارجي بمشكلاته وأحداثه على وضع اهتمامات تناول الفضائيات

لقضايا معينة. ويتبين أيضاً أن اختيار القضايا ليست عملية فنية مرتبطة فقط بالأداء الحر للإعلام بقدر ماهي تعبير عن وضعية سياسية وثقافية لمجتمع معين بتوجهاته وسماته كلها التي تمثل المجتمع العربي في زمن معين.

"ويُعد الخبر "بذرة" العولمة الأولى، وأساس كل فكرة، ولا يتمّ اتصال إلا بمضمونه. ويعدّ الواقعة الأكثر جذبا لاستقطاب الآخرين، والتأثير في ردود أفعالهم، وسلوكهم". ويمنح الخبر، بهذا المعنى، "سلطات عالمية تشابه سلطات "الموضة" لغةً عالمية غير محدَّدة وغير نهائية[1]".

فمثلاً تزامن في برنامج حوار العرب عرض قضية **"مشاكل وتحديات التعليم العالي في العالم العربي"، مع صدور "تقرير جامعة شنغهاي"** عن أفضل الجامعات في العالم، ومن بين "١٥٠٠" جامعة عدم وجود جامعة عربية، و**"كيف يمكن التصدي للأزمة الاقتصادية وانعكاساتها على العالم العربي"، تزامن مع الأزمة الاقتصادية العالمية في تشرين الثاني**، وأيضاً عرضت حلقة في برنامج بلا حدود بعنوان **"انعكاس الأزمة المالية على الدول العربية".**

وتزامن عرض برنامج "حوار العرب" في ٢٠٠٨/٢/٢٨م لقضية **"الازدواجية في الشخصية العربية" مع ذكرى مرور خمس سنوات على تقرير التنمية الإنسانية العربية الأول، والذي حددت فيه أسباب تأخر المجتمع العربي وهي: "نقص المعرفة، والحرية، وعدم تمكين المرأة العربية"، ودار الحوار حول تساؤل واحد رئيس: ماذا فعل العرب بعد مرور خمس سنوات؟.** وقضية **"واقع ومستقبل الترجمة في العالم العربي" بمناسبة انعقاد المؤتمر الدولي الثاني للترجمة في بيروت. وتزامن عرض قضية "فكرة الصمود والتصدي مجرد شعار سياسي" مع صدور تقرير البنك الدولي عن حاجة العرب إلى إيجاد "٩٠" مليون وظيفة حتى عام "٢٠٢٥م" وهذه بحاجة إلى "١,٣" ترليون استثمار.**

---

(١) د.نسيم الخوري، ((الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٥م، ص٢٩٨.

وتزامنت قضية "الشخصية العربية بين التفاؤل والتشاؤم" في سياق إعلان رئيس مؤسسة الفكرالأمير خالد الفيصل في احتفالية ثقافية بالقاهرة،الخميس١٣/تشرين الثاني/ ٢٠٠٨م، "التقريرَ العربيَّ الأول للتنمية الثقافية". ويرصد بدقة الأوضاع الثقافية المتردية في الوطن العربي، ويستعرض الإيجابيات والسلبيات لوضعها أمام واضعي السياسات وصناع القرار لتنمية الثقافة العربية والنهوض بها. وحاول عدد غير قليل من المفكرين العرب تجميل الصورة العربية وإرسال إشارات متفائلة، عاكسها اتجاه صارم لعشرات الشباب الذين استضافهم برنامج "حوار العرب"، وعبروا عن تشاؤم غير مسبوق، وعن صدمة للواقع الذي يعيشون فيه. فقد أجمع أغلبهم على أن الواقع الحالي لا يشي بالتفاؤل، لا على الصعيد الاقتصادي ولا الإعلامي ولا التعليمي.

وتوافق عرض القضايا التي سلط عليها الحوار في برنامج "بلا حدود"، مع أحداث من واقع حياة المجتمع العربي، فقضية "تحديد الشهور العربية" لقرب حلول عام هجري جديد، ويرتبط هذا التحديد "بعبادات مليار وثلاثمائة ألف مسلم في الصيام والحج والأعياد، وأيضاً بلغ حجم الخلاف بين المسلمين في القطر الواحد إتباع مواقيت مختلفة، ويعكس جانباً من المآسي التي وصل العرب إليها". وتزامنت حلقة "حملة يد العرب بيد العراقيين" مع انطلاق حملة تحت رعاية الجامعة العربية والمفوضية السامية لشؤون اللاجئين لجمع تبرعات للاجئين العراقيين المتواجدين في "سوريا، والأردن، ومصر". وتزامن عرض قضية "حدود السخرية السياسية في وثيقة تقييد الفضائيات"، لإقرار "وثيقة مبادئ تنظيم البث الفضائي" في اثناء اجتماع مجلس وزراء الإعلام العرب بالجامعة العربية بالقاهرة في شباط/٢٠٠٨م. وبالوقت نفسه تقريبا ٢٧/آذار/٢٠٠٨م عرض برنامج "حوار العرب" قضية "فتوى تبادل القبلات بين الجنسين: فوضى أم رأي؟ ودور الفضائيات العربية"، وكان محور الحوار الرئيس، "حالة التضخم الكمي والتنوع الكيفي لمجالات عمل وأجندة المضامين التي تتناولها الفضائيات، ولاسيما ظاهرة انتشار الفضائيات العربية المتخصصة بإصدار الفتاوى على الهواء مباشرة، ولمن الحق في إصدار الفتوى؟"،

وتزامن عرض برنامج "بلا حدود" لقضية "رؤية الغرب للإسلام" لنشر بعض الصحف الفرنسية رسوم مسيئة للرسول محمد "صلى الله عليه وسلم".

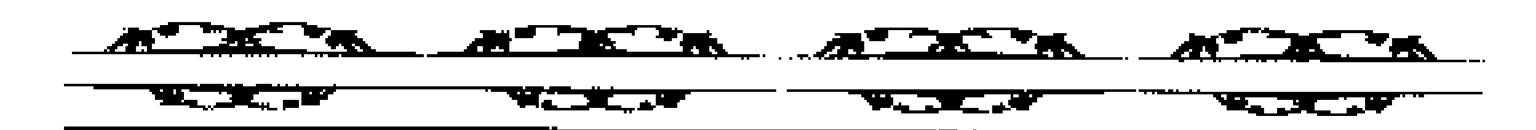
وطرح برنامج "بلا حدود" بمناسبة قرب انعقاد القمة العربية، قضية "أثر الإمراض النفسية على الإنسان العربي" في ٢٠٠٨/٥/٧م، إذ صدر تقرير "يؤكد أن عشرات الملايين من العرب يعانون من الاضطرابات النفسية، ويزيد من إحباط المواطن العربي الضغوط السياسية والاقتصادية التي يعيشها، وعدم توصل القادة العرب لأي حلول. وتزامن عرض قضية "المخاطر التي تهدد الثقافة في دول الخليج"، مع صدور تقرير "يصف الخلل الكبير في التركيبة السكانية لدول الخليج". وتزامن عرض حلقة "أسباب انتشار الايدز ووسائل الوقاية منه" مع انعقاد المؤتمر العالمي السابع عشر للايدز، ... وغيرها من القضايا.

وعلى الرغم من التطور في الحياة عامة، إلا إن موضوعات القضايا نفسها، تعبر عن مجتمع يكاد يواجه الهموم نفسها في البلدان العربية جميعها على المستويين الداخلي والخارجي، ومنذ زمن. فوفرت البرامج الحوارية صورة كاشفة عما يعدّه "الإعلام البديل" مسائل "عربية" حيوية "قضايا معاصرة"، مثل "الديمقراطية، وحقوق الإنسان، وحرية الإعلام، والإرهاب، والبطالة، وواقع التعليم، والصمود، وانتشار الإمراض، وثقافة الحوار مع الآخر، ...الخ".

وتعدّ برامج الحوار في الفضائيات حلقة جديدة في اكتمال العلاقة بين التلفزيون والجمهور، "لان شعبا لا يستهلك قضاياه الواقعية القادمة عن طريق التلفزيون حتى وان لم تكتمل بعد وحتى وان لم تحظ بالإجماع التقريبي يعدّ شعباً متلبساً في صورة الآخر. وان تطوره في اتجاه المستقبل محفوف بالمخاطر الفكرية والثقافية، لأنه لا يمكن اليوم الحديث عن الهوية في غياب الصورة ولا يمكن أيضاً أن نتحدث عن صورة لا تحمل هوية شعبها"(١).

---

(١) د.جمال الزرن، ((تدويل الإعلام العربي... مصدر سبق ذكره))، ص٢٢٥.



وتحظى القضايا السياسية بالمرتبة الأولى في القنوات الفضائية، اذ تقع البرامج الحوارية "في صلب عملية الاتّصال السياسي، وفي مركز العلاقة بين الحاكم والمحكوم، وتقوم بوظيفة التبرير لهذه العلاقة أو بوظيفة الامساك بها، وتتم عملية الاتصال السياسي بسهولة، اذا كانت بمعزل عن المؤثرات الخارجية"[1].

وقد عرّف ولتون Wolton الاتصال السياسي بأنه: "المساحة العامة التي يتمّ فيها تبادل الخطابات المتناقضة لثلاثة فاعلين لديهم الشرعية للتعبير علناً عن السياسة، وهم: رجال السياسة والصحافيون والرأي العام"، وتفرز مكاناً كبيراً للاتّصال، وللسكوت، وللكذب، وللأسرار. وتتضح من هنا أهمية الوعي لبرامج الحوار، وتمايزاته، ومحدّداته، ولوظيفته في الحياة الديمقراطية[2].

وقد يكون السبب في تركيز البرامج الحوارية على القضايا السياسية، مثلا في قناة الجزيرة لأنها "ومنافستها، قناة العربية" منذ البداية، تهتم بالشأن السياسي وحددت الإصلاح الديمقراطي بعدّه المسألة العربية المركزية. وسعت "الجزيرة" إلى إسماع صوت إحباط عربي عما يعدّ فشل الأنظمة العربية، "ولايخضع النظام السياسي الوحيد في قطر للنقد بصورة ضمنية أو صريحة" في برنامج "بلا حدود"، ومن الممكن أن "الجزيرة" تدفع نحو تحول ديمقراطي، فزرعت في الجمهور توقعا للاختيار والمحاججة ينتقص من الثقافة السياسية السائدة. فشجعت ثقافة سياسية تعددية، ويظهر واضحاً عبر شعار الجزيرة "الرأي والرأي الآخر"، ثقافة يمكن أن تُسمَع فيها أصوات متعددة. ويعدّها المحلل الإعلامي الألماني البروفيسور "كاي حافظ" "أكبر حزب سياسي فاعل في الخارطة السياسية العربية"، وأشار في تحليله للتغيير في توجهات الجزيرة إلى "تغيير نوعي من توجه نقدي يحترم أصول الحيادية والمهنية الصحافية التلفزيونية لدى صناع القرار في هذه المؤسسة إلى توجه تعبوي

---

(١) د.نهوند القادري، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٦١.

(٢) Dominique Wolton,"La Communication politique: Construction d'un mode'le'," dans: Le Nouvel espace publique, herm'es;4(Paris: CNRS, 1991), pp. 27-41.

نقلا عن: د.نهوند القادري، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٦٢.



يميل إلى تبني عقلية وثنائية العدو والصديق من أجل كسب تأييد الشارع العربي المغيب سياسيا[1].

واستطاعت القنوات الفضائية الإخبارية العربية أن تُعَمِّق أبعاد التغطية الإخبارية، وتقديم الحدث كعملية، وأسهم الأمر تراكمياً في "أغناء النسق المعرفي للمشاهد بما يحدث"، عبر التغطية الإخبارية ذات الطابع التحليلي والتفسيري، وتوضيحها بالبرامج الحوارية، وتقديم قراءة معمقة للأحداث، تتضمن التفسير والتحليل والتقييم من منظور تعددي، فكرياً ومهنياً، ورؤية عربية للأحداث، مدخلةً بذلك عنصراً جديداً على الحياة السياسية العربية ومربكةً بذلك الجهود الحكومية لفرض الرقابة أو التعتيم أو الرأي الواحد. ونجحت في توفير فرصة غير مسبوقة للمتابع العربي الجاد، وفي دفع المنافسة لأن تتوجه نحو الخدمة الإخبارية، وليس نحو الترفيه، كمصدر للتفوق وجذب المشاهد[2]. وعلى الرغم من الفروقات بين عمل القناتين العربيتين المهيمنتين على سوق القنوات الإخبارية، فإن المحطتين نجحتا في المقام الأول في نقل الحدث الميداني وجملة خلفياته وتداعياته السياسية إلى المشاهد، المحلي وغير المحلي على حد سواء.

وتتناول الفضائيات العربية القضايا المعرفية، و"هي صورة عقلية للعالم تشكل ما يمكن تسميته "خريطة معرفية"، ينظر الإنسان من خلالها للواقع"[3].

ونستطيع وفق هذا التعريف عدّ القضايا جميعها التي تناولتها الفضائيات "السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والدينية، والمعرفية" قضايا معرفية، ولكن القضايا المعرفية، هي"القضايا العلمية التي تناقش مجموعة من المعارف والبحوث تتمتع بالعمومية، وهي قابلة لدفع الناس المهتمين بها إلى نتائج متسقة، لا

---

(1) كاي حافظ، ((الإعلام المقارن)). نقلا عن: لؤي المدهون، ((الحرب السادسة و"الصيف الساخن" اختبار لمهنية وحيادية الفضائيات العربية))، ٢٠٠٦/٨/١٥م نقلا عن: http://www.dw-world.de/dw/

(٢) د.نهوند القادري، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٦٣.

(٣) د.عبد الوهاب المسيري، ((التحيز والنماذج المعرفية))، ٢٠٠٨/١/٢١م، ص٢. تختلف الشخصية المذكورة أعلاه عن الشخصية المذكورة في هذه الفقرة. http://www.islamonline.net/iol-arabic/dowalia/fan-50/alqawel.asp



تنتج عن الاتفاقات الاعتباطية ولا الأذواق أو المصالح الفردية المشتركة بينهم، بل عن العلاقات الموضوعية التي نكتشفها تدريجيا، ونؤكدها بمناهج التحقق المحددة"[1].

ونستخلص من التعريف أن "العلم معرفة ذات منهج خاص يتصف بالدقة والتحقق والعمومية. وتغاير هذه السمات المعرفة العلمية عن باقي أنماط المعرفة، مثل الأدب، والدين، والفلسفة. وعموماً، يمكن أن نعدّ القضايا المعرفية إما مجموعة معارف علمية وإما نشاط بحث وإما منهجاً لاكتساب المعرفة، وتمثل نشاطاً فكرياً إنسانياً في الحالات كلها، لا ينفك عن الحياة الاجتماعية للفرد العالم وغير العالم، وتتحمل القضايا الأخرى التأويل والتفسيرات العديدة"[2].

لكن، إذا سلمنا بوجود فِعلَيْ التأثير والتأثر بين المعرفة العلمية والثقافة الجماهيرية، وجب التساؤل عن كيفية حدوثه وحدوده وآلياته، فإلى أي حد يمكن للمعرفة العلمية أن تتحول إلى ثقافة عامة جماهيرية متداولة، "فوظيفة العقل هي تحديد فن الحياة، وإذا كان العقل هو مصدر المعرفة العلمية، وكان فن الحياة هو نمط العيش وأسلوبه، فمعنى ذلك أن المعرفة أو الثقافة العلمية هي التي تشكل نمط المجتمع والفرد ثقافياً واقتصادياً وسياسياً وقيمياً وجمالياً"[3].

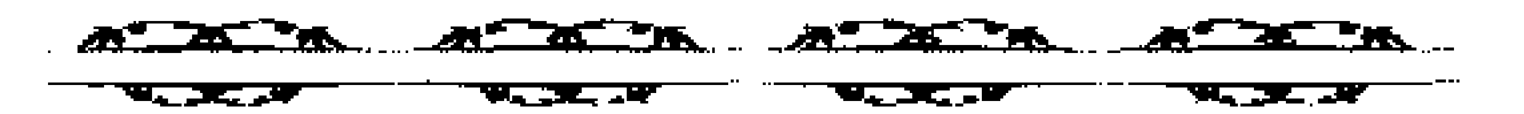
وعرفت مقولة "العلم للجميع" حضوراً مميزاً في المجتمعات الغربية، وأصبحت شعاراً قومياً وأولوية بارزة في مخططات الدول، ويعبر عنها جواو كاراسا (João Caraça) قائلا: "إن ضرورة نشر الوقائع العلمية، وإخبار الجمهور بالآراء والتساؤلات العلمية، والحاجة إلى تقييم التقدم العلمي من حيث نتائجه المستقبلية، أمور ضرورية وملحة. فالرأي العام والقطاعات المختصة والاقتصاديون والسياسيون

---

(١) د.يوسف تبيس، ((الثقافة العلمية والقيم الإنسانية: مفارقات النسق العلمي – التقني))، فاس، جامعة محمد بن عبد الله، ٢٠٠٦م، ص١.

(٢) د.يوسف تبيس، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٢.

(٣) هربرت ماركيوز، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٤٠.



... لا يمكن أن يكونوا متجاهلين لأسئلة العلم. وتوسيع الثقافة العلمية وتعميقها هو مهمة أولية في كل المجتمعات التي ترغب في التمكن من الاستمرار في التقدم"[1].

وقد فرض الاختلاف بين المعرفة العلمية والمستوى المعرفي للجمهور ضرورة التواصل بين الفئتين، والبحث عن واسطة بين هذين المستويين المعرفيين. وقد انتبهت للمسألة الدول المتقدمة فأفردت لذلك "برامج ومؤسسات وقنوات إذاعية وتلفزيونية ومجلات علمية"* لنقل المعرفة العلمية وتبسيطها، علماً منها بأهمية نشر الثقافة العلمية ودورها في بناء المجتمع.

ويدخل الأمر في إطار "الحق في المعلومة" أو "نشر المعرفة". فيتحول العلم إلى ثقافة جماهيرية سائدة تتجلى في السلوك واللغة ونمط التفكير والقيم ... وعلى الرغم من غياب كل وسائل نشر الثقافة العلمية عربياً من قبيل ضعف المجلات والقنوات الفضائية المتخصصة، وقلة المواد المتعلقة بفلسفة العلوم في كليات الوطن العربي. يبدو الأمر صعباً إلى حد كبير، لكنه ليس مستحيلاً. فما فائدة العلم إذا لم يكن له امتداد على المستوى الاجتماعي والاقتصادي والسياسي؟ ويستلزم نشر الفكر العلمي بين الجمهور التعلم بعدّ العلم منهجاً كلياً في التفكير والعيش، أي أسلوباً في الحياة بأبعادها كلها، فلم تعدّ عملية التلقين تلائم تغيرات العصر، وبرزت الحاجة لتعلم مهارات وثقافة التفكير وأصبح نشر مثل هذا النوع من البرامج

---

(١) ماكس بيرونز، ((ضرورة العلم: دراسات في العلم والعلماء))، ترجمة: وائل اتاسي وبسام معصراني، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، ع٢٤٥، ١٩٩٩م، ص١٧. لم يذكر المؤلف شيء عن جواو كاراس (João Caraça).

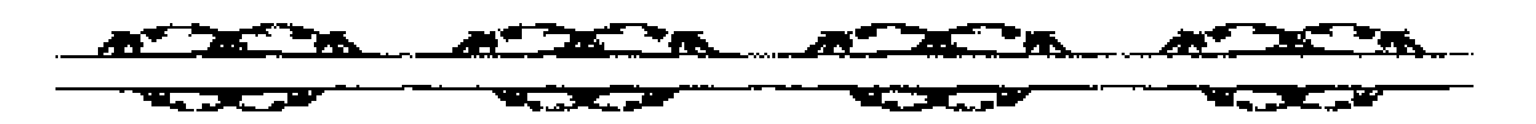
* يمكن على سبيل المثال لا الحصر ذكر برنامج 2061 الأميركي، الذي يدعمه الاتحاد الأميركي لتقدم العلوم (American Association for the Advancement of Science - AAAS)، ويهدف إلى رفع مستوى الثقافة العلمية بين الأميركيين وبناء مواطن أميركي جديد بحلول العام 2061 ؛ وأيضاً برنامج الوكالة اليابانية للعلوم والتقنية(Japan Science and Technology Agency) ، الذي يرمي إلى زيادة الوعي العلمي والتقني لدى عامة الناس، وبخاصة الأطفال والناشئة، والذي يتضمن مهرجانات علمية وإنشاء مكتبات فيديو علمية وبناء متاحف علمية .بالإضافة إلى قنوات متخصصة لتبسيط العلوم، مثل قناة" الاكتشاف " (Discovery)، والقناة التعليمية(Learning) ، وقناة وكالة الفضاء الأميركية" ناسا NASA " .Channel).

على رأس متطلبات التعليم في دول العالم لما لهذه البرامج من تأثير إيجابي*. وتعدّ الدول المتقدمة وسائل الإعلام تجارة، وأنماطاً استهلاكية ونشر قيم جديدة تغزو به ثقافة الآخرين، في حين أن الدول النامية يجب إن ترى في الإعلام وسيلة للتعليم والتثقيف في المجالات المختلفة كي تلحق بركب التقدم.

ويشهد مجتمعنا العربي تغيرات ديموغرافية واجتماعية واقتصادية وحتى سياسية كان وما يزال تأثيرها واسعا على الأسس المجتمعية وعلى المنظومة الثقافية. ولابد أن يقود إلى تبدل القيم الاجتماعية السائدة بقيم اجتماعية مستجدة لم نكن نعرفها سابقا، وتنعكس القيم على السلوك الاجتماعي بشكليه الإيجابي والسلبي. ولأن التلفزيون من أهم وسائل الإعلام في وقتنا الحاضر، فإن له الأثر الأكبر في نشر الثقافة والمعرفة. وعبر قراءة للقضايا المذكورة أعلاه، تفصل المجتمع العربي فجوة واسعة بين الحلم الذي طمح العرب إلى تحقيقه والواقع الذي يعيشونه في نهاية العقد الأول من القرن الواحد والعشرين. على الرغم من أنهم يعيشون عصر ما بعد الحداثة والتحولات الاقتصادية والثقافية العالمية وما يرافقها، على عكس ما هو متوقّع، كانت هناك عودة إلى الانتماءات القبلية والطائفية وترسيخا للواقع القطري الذي رسمت القوى الخارجية خريطته. ويحدّ هذا الأمر من إمكانات تجاوز المسافات النفسية والاجتماعية التي تفصل بينهم في أقطارهم المختلفة التي تدور كل منها في فلكها الخاص متأثرة بمركز الجاذبية في مجتمعات الغرب. فأصبح لكل قطر عربي مؤسساته وفضائياته الإعلامية الخاصة، ومنشوراته، وارتباطاته، منفردة مع الخارج. ويشكو المفكرون العرب في كل بلد عربي من عدم وجود اهتمام بإنتاجهم، فيشكو المفكر في المغرب من عدم اهتمام المشرق بإنتاجه، والعكس صحيح أيضا.

وقد أوضحت الرسوم الكاريكاتورية عن النبي محمد "ص" وما أثارته من ردود فعل اتسمت بالعنف في بعض الدول، أن الفجوة بين الحضارات كبيرة، وتضع القرية الصغيرة التي حققها التطور الإعلامي العالم أمام تحديات جديدة في القرن

* فكرة الباحثة لنشر الإعلام البديل.



الحادي والعشرين. بدأت قصة الرسام الدنماركي عن جهل، لأنه أضحى أمراً معتاداً أن ينتقد المسيح والله في الصحف الغربية، دون عدّها إهانة، والجهل بثقافة الآخر هو ما دفعه لنشر الصور بحسن نية لمعرفة مشاعر الناس، على الأقل في الموضوع الديني*. وأدت الفضائيات دوراً فاعلاً في أزمة الرسوم الكاريكاتورية سواء في هذا الاتجاه أو ذاك. "ويفترض ان تساعد الوسائل على تحقيق مزيد من التفاهم بين الشعوب، لا ان تعمل على اتساع الهوة، ولكن "**من يسيطر على الصورة، يسيطر على العقول**"، هذا ما قاله بيل جيتس، فأثار بقوله تساؤلاً عن إمكانات توجيه الإعلام والتحكم في العالم، لأن تأثير الصورة أقوى من تأثير العبارات المصاغة بإحكام. ويدعو الأمر للتساؤل، لولا وسائل الإعلام، هل ستصبح ردة الفعل على الكاريكاتير الدانمركي نفسها؟ بمعنى هل كان لتلك السرعة في التعرف على الأحداث دورها في الصدام الأسرع بين الحضارات؟[1]".

وتختلف الآراء حول الحدود بين احترام الآخر وبين حرية التعبير، فـ"القرية الصغيرة" فتحت المجال لصراع الحضارات، كما فتحت الفرصة للحوار بينها. وهو ما أكدته المحللة السياسية صوفيا سيلاغيي من بودابست: "**إننا كلنا جيران اليوم بحكم الأمر الواقع، سواء أحببنا أم لا. وهذا يزيد من تحديات العصر للتوصل إلى إقامة توازن بين الحق بالحرية الفردية والحق بالحرية الجماعية". فلم تكن الحرية في رأيها أبداً فوضى، لكنها مرتبطة دائماً بالمسؤولية[2]**".

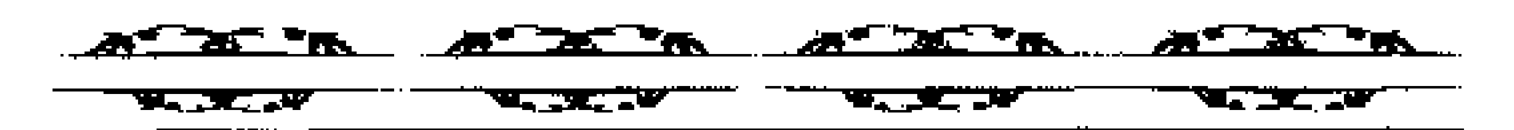
ويتشكل المعنى في البرامج الحوارية التي تبثها الفضائيات، بالظروف المحيطة بالمجتمعات العربية، وبظروف عمل المحطات من ناحية أخرى، لان معنى الإعلام الذي يبثه التلفزيون يتعلق، كما أشار باتريك شاردو **Patrick Charaudeau**، "**بالظروف التي تحيط بالمشاهد المدعو إلى تفسير هذا الخطاب.**

---

* مقتبس من برنامج "بلا حدود" عنوان الحلقة "رؤية الغرب للإسلام" لقاء مع ريجيس دوبريه.

(١) من موقع دويتشه فيلا، ((وسائل الإعلام الحديثة: وسيلة تفاهم أم عقبة إمام حوار جاد))، الاثنين ٢٠٠٩/٥/٤م.
http://www.dw-world.de/dw/

(٢) المصدر السابق نفسه.



لذلك، فأن معنى الإعلام لا يوجد مسبقا ولا حقيقة له لذاته، بل إن معناه وحقيقته ناتجين من ظروف إنتاجه وظروف تلقيه وتفسيره"[1].

ويتبين إن الموضوعات التي تناولتها القنوات الفضائية استندت إلى الإعمال الصحافية التي تصب في مجال التغطية لما يجري. وتتبنى بعض القنوات آلية جديدة في طرح موضوعات الثقافة العربية "واقع الحياة" بطريقة تعليمية، وبالتنسيق مع متخصصين في ميدان علم النفس والاجتماع وتقنية المعلومات والفقه لضمان تأثيرها في وعي الجمهور، وفي الوقت ذاته، طورت بعض القنوات برامج تعليمية مبتكرة دعما للمناهج المدرسية، أو الدراسات الجامعية" وبعضها الآخر "غير نظامي"، موجه إلى الأشخاص الذين هم بحاجة إلى التزود بمعارف جديدة، وتخصص بعضها الآخر لأغراض التدريب والتعلم، وتُعدّ هذه البرامج عادة بالاشتراك بين مدربي التنمية البشرية والإعلاميين. فقد كانت المدرسة حتى مطلع هذا القرن هي المصدر الأساس للمعرفة، أما اليوم يعمل النظامان "المدرسة والاتصال" في تنافس.

طبيعة القضايا في برامج الفضائيات

يقصد بطبيعة القضية مدى كون القضية ملموسة **Concrete** "أي يكون للجمهور خبرة مباشرة بها"، مثل "تكاليف المعيشة، والبطالة، ..."*، أو غير ملموسة **Abstract** مثل "التلوث، والمخدرات، "، "يكون للجمهور خبرة غير مباشرة بها". وقد تبين ان **طبيعة القضية غير ملموسة احتلت المرتبة الأولى**، مما يعزز دراسة زوكر باهمية دور وسائل الاعلام على زيادة معرفة الناس بالقضايا غير الملموسة في

(١) د.نهوند القادري عيسى، ((قراءة في ثقافة... مصدر سبق ذكره))، ص١٣٩.

* يختلف الباحثون بشأن تحديد نوع القضايا الملموسة، ففي حين يرى "زوكر" إن الجريمة قضية ملموسة، يرى "ويفر" وزملاؤه أنها قضية غير ملموسة. انظر الفصل الاول/ المبحث الأول، نظرية ترتيب الأولويات.

ولعدم وجود معيار ثابت في تحديد القضايا الملموسة عن غير الملموسة، اعتمدت الباحثة على خبرتها الشخصية المتواضعة، لان العلوم الانسانية تخضع للنسبية.



حياتهم، إذ خلص زوكر في دراسته الى، "وجود تأثير كبير لوسائل الاعلام على القضايا غير ملموسة عندما تتناولها مقابل القضايا الملموسة"(1).

ووجد "ويفر وزملاؤه" "أن آثار وضع اولويات القضايا التي تتناولها وسائل الاعلام تكون قوية فيما يتعلق بالقضايا غير الملموسة، في حين يرى زملاؤه ان القضايا غير الملموسة ظاهرياً، قد تصبح ملموسة بعد حوالي ستة أشهر من التغطية الاعلامية"(2).

ويؤدي الإعلام دوراً فاعلاً في تنمية وتشكيل الوعي الاجتماعي والاقتصادي والسياسي للرآي العام حول القضايا المتعلقة بواقع حياة المجتمع. وتزداد أهمية هذا الدور مع الحاجة المتزايدة لمواكبة المتغيرات محليًا وإقليميًا ودوليًا وتطور التقنيات وسقوط الحدود الجغرافية أمام الإعلام. وتستهلك البرامج التلفزيونية موضوعاتها لشدّة التكرار، ولهذا اصبحت البرامج الحوارية حالها حال نشرات الاخبار، تبحث عن السبق الصحفي في اختيار موضوعات البرامج. وإنّ تمكنت هذه البرامج من تسليط الأضواء على المشاكل والموضوعات "المخبّأة" في مجتمعنا العربي فأشهرتها، لكن تسليط الضوء لايحلّ المشكلة، بل يزيدها تعقيداً، لاسيما وأنها تُطرح في سياق تجهيل الفاعلين وتغافل المسؤولين الحكوميين عنها لها، وايضا قد ينشأ تحر بين الفئات الاجتماعية بعضها للبعض الآخر عن طريق رمي المشاكل في حقول الآخرين.

فتحولت البرامج الى عملية اشهار للقضايا ودفعها للعلن بشكل استعراضي من دون توافر الامكانية عند المعنيين من أهل السلطة لمعالجتها. ولكن يبقى التلفزيون وسيلة لفهم الحقيقة الثقافية المعقّدة، واقامة روابط بين المجتمع المدني

---

(1) Yagada, A. & Dozier, D. (1990) "The Media Agenda-setting Effects of Agenda-Setting Concrete Versus Abstract Issues"JournalismQuarterly,Vol.67,No.1,PP.3-9.

نقلا عن: د.حسن عماد مكاوي، ((نظريات الإعلام، مصدر سبق ذكره))، ص١٩٥.

(2) Weaver, D. H. (1992) "The Bridging Function Communication and the Agenda-Setting" Journalism Quarterly. Vol. 69. No. 4. Pp. 856-867.

نقلا عن: د.حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، ((الاتصال ونظرياته المعاصرة))، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨م، ص٢٩٤.



والمجتمع السياسي والجمهور، ولايُمثّل كلّ الكفالات الموضوعية التي من حقّ المواطن أن ينتظرها. وفي اطار موضوع البحث الحالي، ولقد اشرتُ الى "الاعلام البديل"، الذي يعدّ الجمهور الفئة المهمّشة، وأتاح الإعلام البديل مشاركة الجمهور برأيه سواء من داخل الاستديو "اتصال مباشر" او من خارج الاستديو عن طريق الهواتف، او البريد الالكتروني*.

ولقد برزت قضايا جديدة في القرن الواحد والعشرين تمثل تحديا للمجتمع الدولي، وأضحى فهمها وما تثيره من مشكلات ضرورة لفهم العلاقات الدولية تحت تأثير متغيرات اقتصادي، مثل مشكلات حقوق الانسان التي يتواصل انتهاكها، ويمتنع العالم عن التصدي لها بسبب تمتع حكومات الدول القومية بحق السيادة، الذي يخولها أن تفعل بمواطنيها ما تشاء. ويحصي جين ريتشارد مجموعة من القضايا العالمية مطروحة للنقاش في العشرين سنة القادمة في سياقات واسعة، وتمثل ثلاث مجموعات[1]:

المجموعة الاولى وعدّها قضايا ملموسة: تتعلق بالقضايا العابرة للحدود وتسمى "بالمشتركات الكونية" **Global Commons**، وتتمحور حول، كيف يمكن للأمم في العالم أن تتقاسم الكوكب.مثل "العجز في مياه الشرب، والتلوث البيئي، وارتفاع درجة حرارة الارض، وازالة الغابات".

المجموعة الثانية وعدّها قضايا ملموسة: تتعلق بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية، وتتمحور حول، كيف يمكن للأمم أن تتقاسم انسانيتها. مثل "محاربة الفقر، وحفظ السلام، ومحاربة الارهاب، والتعليم للجميع، والقضاء على الامراض الوبائية".

أما المجموعة الثالثة وعدّها قضايا غير ملموسة: فتتناول القضايا التنظيمية للعالم، وتتمحور حول كيف يمكن للأمم ان تتقاسم واجباتها. مثل "حقوق الملكية

---

* التفاصيل في الفصل الثاني/ المبحث الثاني، موضوع "الاعلام البديل".

(1) Jean- Francois Rischard: Global Issues Networks: Desperate Times Deserve Innovative Measures, The Washington Quarterly, Vol. 26, No. 1, Winter 2002, P.17. نقلا عن: http://www.mtholyoke.edu/acad/intrel/ray.htm

الفكرية، والأدوية غير القانونية، وقواعد التجارة الألكترونية، وقواعد الهجرة والعمل الدولي*.

وتعدّ وسائل الاعلام المسرح الثقافي للمناظرات الجارية، وتأخذ المناقشات مؤشراتها من عرض وسائل الاعلام للقضايا، ويتحدث الجمهور في القضايا متماشياً مع الخطوط التي ترسمها وسائل الاعلام. فترشد وتعلم وسائل الاعلام الجمهور، ولايتعلم الجمهور من وسائل الاعلام فحسب حول المسائل العامة، ولكنه يتعلم كم تبلغ هذه المسائل من أهمية تبعاً للتأكيد الذي تلقاه من قبل وسائل الاعلام، ويؤدي الاعلام دوراً مهماً في تشكيل حياتنا الاجتماعية والمعرفية.

نمط القيم في برامج الفضائيات

القيم: هي تلك الأفكار والأعراف الجديرة بان نناضل من أجلها وتؤثر في قراراتنا، ويستدل بها على سلوكياتنا، وتحدد المفيد والضار، وتمتلك القيم صفة معنوية ليست ملموسة ولكنها تعبر عن وجودها في أسلوب حياة الفرد وفي سلوكه وفيما يرتضيه لنفسه من مستوى.

وتحدد القيم عادة الحاجات التي تحتاج الى اشباع، واذا كانت ايجابية تدفع المجتمع الى اهداف اجتماعية سليمة والعكس صحيح. وأصبح يتردد وبصورة مستمرة موضوع الحرية والصحافة الحرة والديمقراطية وحقوق الإنسان وقيم الإبداع وقيم مجتمع المعرفة، ولكن لا يستوعب الكثير مضامينها، فيفهم البعض الحرية بأنها تجاوز لكل قيمنا مع أنها جزء أساس من قيمنا الدينية والتراثية. ولم تأخذ المسألة والشفافية بعدها عن طريق وسائل الإعلام والتي لازالت تردد الشعارات المجردة مع أننا نمتلك تراثاً عظيماً ينسجم مع التوجهات الجديدة ومع مضمون البث الفضائي وتطور ثورة الاتصال ومعطيات العصر بأبعاده كلها العلمية والإنسانية والتي كان لابد

على الأمة العربية أن تستوعب هذه التحولات، وأن تصبح بين أيديها كتوجهات جديدة. إذ أصبح دورها في تعميم المعرفة قضية عملية، وليس مجرد مطالب وشعارات. كما أصبحت حرية الفكر والانتماء قضية مرادفة للتطورات التكنولوجية وكذلك فإن الشفافية وحرية التعبير هي ملازمة لثورة الاتصال وثورة الديمقراطية وحقوق الإنسان وديمقراطية الاتصال، ولا تقل اهمية الحقوق "كالحقوق المدنية والسياسية" عن أهمية الحقوق الاقتصادية والاجتماعية، لأنها تعتمد على بعضها البعض ولا تتجزأ وذات قيمة متساوية، وتعدّ "القيم" الاحتياجات اساس الحياة. وتصنف القيم الى:

قيم حقوق الإنسان في برامج الفضائيات

لم يعدّ من الجائز في القرن الحادي والعشرين وعالم العولمة والحدود المفتوحة، أن يستمر انتهاك حقوق الإنسان وسجن أصحاب الرأي وترهيب الناس. فلا بد من العدالة والمساواة وتعميم جوهر الديمقراطية الحقيقية وفتح الأبواب لإشاعة أجواء الحرية التي لا يقام بنيان في غيابها. وقد اعتمدت الباحثة في تصنيف فئة قيم حقوق الانسان على "الاعلان العالمي لحقوق الانسان"[1].

وتعدّ وثيقة حقوق دولية تمثل الإعلان الذي تبنته الأمم المتحدة عام 1948م في قصر شايو في باريس*، ويتألف من ٣٠ مادة*. ونالت الوثيقة موقعاً هاماً في

---

(١) الاعلان العالمي لحقوق الانسان/ ويكيبيديا الموسوعة الحرة. http://ar.wikipedia.org/wiki/

* بعد الحرب العالمية الثانية، توافقت الآراء داخل المجتمع الدولي بأن ميثاق الأمم المتحدة لم تحدد فيه حقوق الإنسان بشكل كاف. وكان من الضروري أن تحدد في وثيقة حقوق كاعلان عالمي. دعي الكندي جون بيترز همفري، وتم صياغة الإعلان. ومن مساعديه همفري اليانور روزفلت من الولايات المتحدة، وجاك ماريتان ورينيه كاسان من فرنسا، شارل مالك من لبنان، و جيم - تشانغ من الصين، وآخرين. وكانت اللجنة مكونة من ١٨عضواً يمثلون شتى الخلفيات السياسية والثقافية والدينية. واجتمعت اللجنة عام ١٩٤٧. صدقت الجمعية العامة في ١٠ كانون الأول/ ١٩٤٨ بتصويت ٤٨ لصالحه، وامتناع ٨عن التصويت هي(جميع دول الكتلة السوفيتية، جنوب أفريقيا والعربية السعودية). نقلا عن: المصدر السابق نفسه.



القانون الدولي، مع وثيقتي العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية من سنة ١٩٦٦، والعهد الدولي الخاص بالحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية من سنة ١٩٦٦م ايضاً. وتشكل الوثائق الثلاثة معاً ما يسمى **"لائحة الحقوق الدولية"**. وتم التصديق على الوثيقتين في عام ١٩٧٦م.

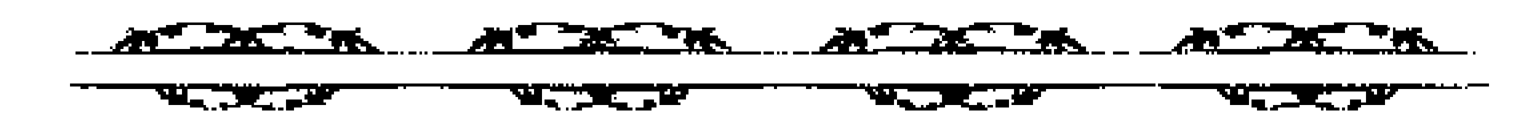
ووصف منتقدو الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، بعد أن تم تبنيه قبل أكثر من ٦٠ سنة تقريباً بأنه **"مجرد كلمات، ولا يمتلك أية سلطة قانونية مُلزمة". "وكان في اعتقادهم أنه لن يكون له سوى تأثير طفيف. لكن، بعد بضعة شهور، لاقت رؤياه صدى في النفوس. وبدأ الإعلان العالمي يستحوذ على سلطة سياسية، وأخلاقية، وقانونية، ومع مرور الزمن أطلق هذا الإعلان العالمي أمّن واستدامة "ثورة في حقوق الإنسان" عدّتها هيئة الإذاعة البريطانية "بي بي سي" "أعظم إنجاز في قرننا"، وأعلن رؤيا عالمية لقيم أساس ومبادئ معيارية أو ما أسماه الإعلان "معياراً مشتركاً للإنجاز ينطبق على كافة الشعوب وكافة الدول**[1]**"**.

ويعدّ تناول قيم حقوق الانسان في برامج الفضائيات قليلة عند مقارنتها بغيرها من القيم، وهذه القيم قديمة رافقت الإنسان، **إلا أن الثورات الاتصالية قد جعلتها حتمية وعملية تؤخذ ولا تمنح وأعطتها مفاهيم وممارسات واسعة**. سعت قناة الجزيرة الى اظهار قيمة الحرية اكثر من قناة العربية، والحقيقة أن نظام الحكم القطري انشأ هذه القناة لتحقق له أهدافا معينة. وأهم هذه الأهداف هي: "امتلاك

---

* قام الكندي جون همفري بوضع مسودة للإعلان في ٤٠٠ صفحة، ومن غير العملي أن يصدر في ٤٠٠ صفحة، فجرى بموجبه تكليف رينيه كاسان وضع مسودة مختصرة، على أن يستنير برأي شارل مالك في كل فقرة من فقراتها، فاعتمد على "إعلان حقوق الإنسان والمواطن" الصادر عن الثورة الفرنسية عام ١٧٨٩، وشرعة "الماغنا كارتا" الصادرة عن نبلاء بريطانيا سنة ١٢١٥، واختصر الإعلان في ثلاثين مادة مستعيناً بشارل مالك في بلورة نصوصه وصياغته باللغة الإنكليزية التي كان يجهلها والتي كانت ولا تزال اللغة الأولى في الأمم المتحدة. وكان واضعاً إصراره على المواد ١٨ التي تنص على حرية التفكير والضمير والدين، والمادة ٢٠ (حرية الاشتراك في الجمعيات والجماعات السلمية وعدم إكراه أي إنسان في الانضمام إلى جمعية ما، والمادة ٢٦(حق الإنسان في التعليم).

(١) ((الاعلان العالمي لحقوق الانسان اطلاق ثورة واستدامتها))، ٢/ ٦/ ٢٠٠٩م.
http://www.america.gov/ar/fpolicy.html



اداة ردع اعلامي تجعل حكام الدول العربية التي تختلف مع نظام الحكم القطري، تفكر قبل أن تطلق وسائل اعلامها لمهاجمة حكام قطر، وايضاً ينطلق الطموح السياسي لأركان الحكم القطري بعد استيلاء ولي العهد الشيخ حمد على الحكم، بتأدية دور سياسي وثقافي على الصعيد العربي، ليس فقط في محيط دول الخليج بل على امتداد الوطن العربي. ورأى هؤلاء المسؤولون ان تقتحم بحرية الموضوعات جميعها المحظورة داخلياً ولا تتوقف أمام خطوط حمراء، مثل هذه القناة ستجذب الجماهير العربية، وتكسب ثقتها، وعندها يستطيع المسئولون القطريون أن يمارسوا دوراً سياسياً يتجاوز عشرات المرات الدور الطبيعي. وايضاً يتطلع الطموح القطري الى علاقات متميزة مع أمريكا، ويدرك المسؤولين أن مثل هذه العلاقات سوف تعرضهم لانتقادات حادة عربياً، فسيحتاجون الى قوة إعلامية يمكنها أن تدافع عن هذه السياسات، ففي الوقت الذي تعمل فيه أمريكا على احتلال العراق، ودعم اسرائيل لسلب الحقوق الطبيعية للشعب الفلسطيني وغيره من الشعوب العربية، تكمن المفارقة التي تمثل عليها أفضل تمثيل المسافة القصيرة التي تفصل قناة "الجزيرة" عن قاعدة "السيلية" في الدوحة العاصمة القطرية، فبينما تستقبل الحكومة القطرية الأمريكيين، تفرد قناة "الجزيرة" ساعات بثها المتواصل لكارهي أمريكا[1].

وتأخذ قناة العربية في الحسبان صراحة أو ضمناً بعض المحاذير والاعتبارات ذات الصلة بالمنطقة الجغرافية المحيطة*، ولاتسعى الى التورط في المواجهة الفكرية

---

(١) د.نهوند القادري، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٠٠ص١٠١.

* رفضت السلطات الكويتية منح طاقم برنامج حوار العرب في قناة "العربية" تأشيرات دخول حال دون تسجيل حلقة حوارية بمشاركة طلاب من جامعة الكويت كانت مخصصة لمناقشات عن "إيران ودول الجوار". ولم تبرر السلطات الكويتية تأخرها في منح التأشيرات، على الرغم من تقديمها قبل مدة كافية لنيل التأشيرات. وعن طريق متابعتي المستمرة للبرنامج في شهر نيسان ٢٠٠٩م خصصت حلقة بعنوان "ايران صديقة ام عدوة" في برنامج حوار العرب.



المولّدة لاختلاف الرأي وتباين مواقف الحريات في البلدان العربية الاخرى، وتمول قناة العربية من رأسمال سعودي، وتعدّ السعودية من الدول الثمانية التي رفضت التوقيع على الاعلان العالمي لحقوق الانسان[1].

القيم السياسية في برامج الفضائيات

تضمن قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة عام ١٩٤٦ م حرية تداول المعلومات والعمل على صيانة هذه الحقوق كما تضمن القرار العالمي لحقوق الإنسان الحق في حرية الرأي والتعبير وحرية اعتناق الآراء دون تدخل واستقاء المعلومات وتلقيها ونقلها عن طريق وسائل الإعلام. وقد تمكنت الثورة المعلوماتية عملياً من تحقيق مؤشرات إيجابية في مجال المشاركة الجماعية للحقوق والحريات العامة والمتمثلة في تحقيق مشاركة جماعية في الثورات الاتصالية وإيجاد وعي ومعرفة بأبعاد هذه الثورات والعمل على ممارستها، وتجاوز مرحلة الهيمنة المطلقة للدول الكبرى والشركات المتعددة الجنسيات على فرض السيطرة الكاملة على المعلومات وتقنياتها إذا أستعد الآخر "العرب"[2].

وتعدّ ممارسة حرية الرأي والتعبير والإعلام، جزء لا يتجزأ من حقوق الإنسان، "وتتضمن حرية التعبير ايضاً الوصول الى المعلومات التي تحتفظ بها الدولة، وتلقي إلتزامات ايجابية على الدول لضمان الوصول اليها"، ويحتفل العالم في ٣ آيار من كل سنة باليوم العالمي لحرية الصحافة، ويتم الإعلان عن الفائز بجائزة حرية الصحافة التي تمنحها اليونسكو، والإعلان عن تقرير حرية الصحافة*، لبيان مدى الإلتزام بالمعايير الدولية لحرية الصحافة. وأقره الميثاق العربي لحقوق الإنسان في مؤتمر القمة العربية في تونس/٢٠٠٤م، وتنص المادة ٣٢ منه: "يضمن الميثاق الحق في الإعلام وحرية الرأي والتعبير والحق في استقاء الأنباء

---

(١) الاعلان العالمي لحقوق الانسان، ((مصدر سبق ذكره)).

(٢) مصدر سبق ذكره. نقلا عن: http://www.unhchr.ch/html

* انظر الملحق جدول يبين مدى حرية الصحافة في البلدان العربية.



والأفكار وتلقيها ونقلها الى الآخرين بأي وسيلة ودونما اعتبار للحدود الجغرافية"، "ولكن الواقع، لاتجيز الدول العربية جميعها دخول حتى المطبوعات العربية بدون رقابة مسبقة. ويعدّ بند الوصول إلى المعلومات، لغرض مساعدة المواطنين لإتخاذ القرار من عدة بدائل، في الانتخاب والمشاركة في الشؤون العامة للدولة كمناقشة السياسات ومشاريع القوانين، ومراقبة الحكومات، وكشف انتهاكات حقوق الانسان، وكشف الفساد في أجهزة الحكومة، وتسهيل إقامة المشاريع التجارية والاقتصادية، غير مفعل". واصبح حق الوصول الى المعلومات حقاً دستورياً في العديد من دول العالم، ومن أفضل الامثلة "السويد التي لها تشريع دستوري يضمن هذا الحق منذ عام ١٧٧٦م". وتطبق الآن حوالي ٦٤ دولة في العالم هذا البند ليس من بينها أي دولة عربية[١]".

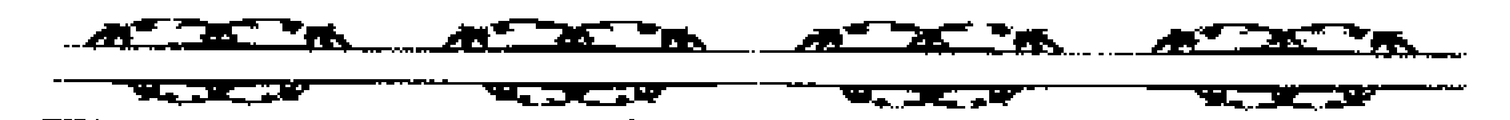
"وتعدّ حرية التعبير في عصرنا فرض نتيجة تطور تكنولوجيا الاتصال، كالانترنت والفاكس والموبايل والقنوات الفضائية، وليس بفضل توسيع هذا الهامش من قبل الانظمة، لأنها افقدتهم جزءاً من سيطرتهم الرقابية على كل ما يبث من معلومات وبرامج لا تروق لهم، وعلى الرغم من مرور نحو اكثر من عقدين على ادخال تلك التقنيات التي فرضت نفسها موضوعياً في المجتمع الدولي بأسره، وعلى تحول العالم بكل معنى الكلمة الى قرية كونية، مازال حكامنا أسرى مواريث عقلية الرقابة التي تعود الى ما قبل ثورة تطور وسائل الاتصال. وتحاول الحكومات العربية تضييق أي استغلال من قبل شعوبهم لهذه التقنيات للتغلب على مصادرة حريات التعبير في بلدانهم. فكان خبر" الانجاز الكبير الوهمي" الذي حققه وزراء الإعلام العرب في مؤتمرهم الأخير بالقاهرة "وثيقة تنظيم البث الفضائي[٢]".

---

(١) موقع مجلة المستقبل العربي، ((ثقافة حقوق الانسان))، ٢٦/٧/٢٠٠٨م. نقلا عن:

http://www.caus.org.lb

(٢) منقولة نصا من برنامج "بلا حدود" في حلقة "حدود السخرية السياسية في وثيقة تقييد الفضائيات العربية".



ولقد دللت تجربة البث الفضائي العربي، ان اكثر الأنظمة العربية شمولية هي الأكثر ضيقاً من وجود حرية نسبية يعبر الساسة والمثقفون العرب عبرها عن آرائهم ومواقفهم بالنقد تجاه تلك الانظمة، وربما تأتي "قناة الجزيرة" في مقدمة القنوات التي تثير الحكام والانظمة التي يقف اثنان منها بقوة وراء "وثيقة تنظيم البث الفضائي في المنطقة العربية" **"مصر"*** و**"السعودية"**. وبذل القائمون على صياغة الوثيقة جهداً لإخفاء الهدف الحقيقي بتناولها تنظيم البث الفضائي العربي فيما يتعلق بكل المجالات المتصلة بالوحدة الوطنية، والالتزام بالقيم الدينية والاخلاقية والترابط الاجتماعي.. الخ، فإنه بدا واضحاً أن المجالات كلها التي عددتها الوثيقة ليست الهدف الأساس من اصدار الوثيقة، بل ان الهدف الأساس منها، هو احكام الرقابة على برامج الرأي الآخر والنقد السياسي للأنظمة، وصادق وزراء الإعلام في القاهرة على الوثيقة، **"وتحفظ كل من لبنان وقطر على هذه الضوابط" ومن ثم معارضة قطر لإقرارها**(1).

وتتضمن الوثيقة "١٢" بندا * تهدف إلى وضع مبادئ تنظيم البث الفضائي وعمل أكثر من ٤٠٠ محطة تلفزيونية عربية تمتلكها وتديرها نحو٦٠ هيئة للبث في

---

* عقب اعلان قناة الجزيرة أسماء ضحايا كارثة العبارة المصرية، صرح حسين عبد الغني مدير مكتب الجزيرة في القاهرة: "لم تعلن قناة الجزيرة الاسماء، إلا بعد أن تأكدت من قيام وزارة الداخلية بإبلاغ أهالي الضحايا وتهيئتهم لهذا الحدث، أي ترفض القناة ما يطلق عليه المتاجرة بهموم الناس وكوارثهم وتأتي من احترام المواطنين ورعاية مشاعرهم والتي تورد بين بنود الوثيقة لأنها إفراز الخبرة والكفاءة المهنية، على الرغم من تواجد القناة في قلب الأحداث إلا أنها رفضت أن تسبق الإدارات المختصة في الإعلان عن أسماء الضحايا".

(1) حمدي قنديل، ((وثيقة تنظيم الفضائيات"مفصلة" للرأي الآخر))، بتاريخ الخميس ٢٠٠٨/٢/١٤م. نقلا عن: http:www.aljazeera.net/News/

* وشارك د. حسين أمين في صياغة الوثيقة، آذن استخدام الأكاديميين سياسياً، وبدأ د. حسين حديثه بكلمة "أطمئنوا الوثيقة ما زال أمامها الكثير لعرضها على كل أصحاب الخبرات والمسؤولين والرأي العام وتفنيد الآراء كلها ثم يلي ذلك اعتماد آلي للتنفيذ، وأضاف قد كلفت بالوثيقة منذ أواخر عام ٢٠٠٥. وجاءت الوثيقة في وقت أصبحت فيه الفضائيات اقوى وأكثر تأثيراً وانتشاراً على الرأي العام من القنوات الأرضية، وبصراحة شديدة



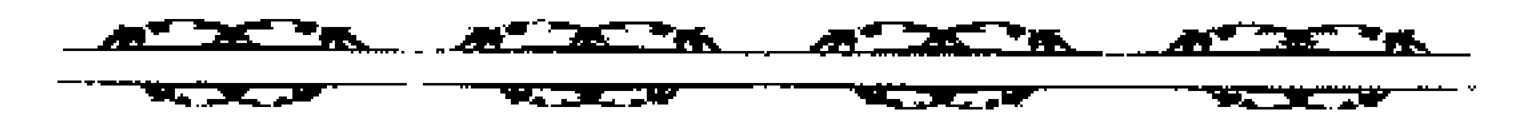
الدول العربية. وتضع الوثيقة مبادئ حاكمة للبرامج السياسية ومنها منع ما تسميه بالتحريض، وطالب الإطار بالالتزام "باحترام كرامة الدول وتجنب "تناول قادتها أو الرموز الوطنية فيها بالتجريح"[1].

وانتقد خبراء وإعلاميون "وثيقة تنظيم البث الفضائي"، وعدت ردة إلى عصر الوصاية على الجماهير بحجة إسباغ قدسية على المؤسسات الحاكمة، ويقول أكاديميون "إن الوثيقة التي نصت على احترام حرية التعبير قيدتها بتعبيرات فضفاضة قابلة للتأويل والتفسير، ما يضيق هامش الحرية إلى الحد الذي يعرض القائمين على الفضائيات العربية إلى الوقوع تحت طائلة تشريعات مكبلة لعملهم". وأكد أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة الدكتور صفوت العالم "تستهدف الوثيقة البرامج والقنوات الفضائية التي تعرض الرأي والرأي الآخر، كونها أصبحت كابوساً لبعض الحكومات العربية التي لم تتعود على سماع الرأي الآخر"، وقال "يتعلق الأمر بوضوح بالجزيرة وأخواتها". وأضاف العالم في تصريح للجزيرة نت أن الوثيقة "لم تتعرض للبرامج الإباحية وحلقات الجدل والشعوذة والإعلانات الوهمية، لكنها ركزت في بنودها على كلام فضفاض يصلح كمقصلة لمحاسبة أي برنامج أو قناة لمجرد عرض الرأي المخالف للحكومات، وتجاهلت البحث في كيفية بناء البنية التحتية للإعلام العربي واكتفت بالحديث عن العقوبات"[2].

=اعتقدت أن ما لا يقل عن ١٠ بلدان عربية سوف تعترض، لكنني فوجئت بموافقة الدول جميعها باستثناء قطر. وأكد على أهمية الوثيقة قائلاً من يعتقد أن وجود ٥٠٠ قناة فضائية عربية نهاية المطاف فأؤكد له أنها البداية ولا يمكن أن نترك هذا الكم الهائل من الفوضى بلا تنظيم. وأضاف "أبو الوثيقة" أن العالم سبقنا إلى هذه الوثيقة مثل المفوضية الأوروبية، أما الولايات المتحدة نموذج الحرية فقد تم إغلاق ٢١ قناة تلفزيونية عام ١٩٦١ لأنها تحرض على تعاطي المخدرات، وهذه الدول الكبرى المعروف عنها حرية الرأي تعمل عن طريق نظم تتدرج من الغرامة إلى الإغلاق. ((وثيقة البث كارثة اعلامية وقمت بالفعل)) الاحد ٢٠٠٨/٤/٦م. نقلا عن: http://www.moheet.com/home.html

(١)الدول العربية تقر اطاراً لتقييد حرية الفضائيات وقطر تتحفظ"، بتاريخ الاربعاء ٢٠٠٨/٢/١٣م نقلا عن: http:www.aljazeera.net/News/

(٢) د.صفوت العالم، ((وثيقة تنظيم الفضائيات "مقصلة" للراي الآخر))، بتاريخ الخميس ٢٠٠٨/٢/١٤م. نقلا عن: http:www.aljazeera.net/News



ونشرت الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان إن الوثيقة "تتضمن العديد من القيود "والمواد المطاطة"". وتتناقض الوثيقة مع المادة ٣٢ من الميثاق العربي لحقوق الانسان الذي يضمن الحق في الحصول على المعلومات وحرية التعبير والذي اعتمده مجلس جامعة الدول العربية عام ٢٠٠٤م، كما تنتهك احكام المادة ١٩من العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية[1]".

وعلى الرغم من كل ماقيل عن الوثيقة، تطرح الجزيرة مثلاً التعددية في الكثير من البلدان العربية بينما تبقي صامتة عن هذا الأمر فيما يخص قطر أو تركيز القنوات السعودية على التعددية والديمقراطية في اليمن(، والعربية مثال على ذلك فهي لديها علاقة واضحة مع الأسرة المالكة في السعودية، "**والغريب هو أن تفاعل المصـــالح المتضـادة، وسياسات الحكومات الدفاعية والتنافس بين القنوات هو الذي زاد من التعددية**"*. واحدثت القنوات الفضائية تغييرا في شكل الإعلام فحتى القنوات الأرضية مضطرة لماشاة الرأي العام، فباستثناء الفضائية العراقية والسودانية والليبية لا تعبر القنوات العربية عن الرأي الحكومي الرسمي، لأسباب عديدة منها الدواعي المهنية والمنافسة، ومحاولة إثبات المصداقية، وإدعاء الديمقراطية. وتتحدث القنوات العربية عن ضرورة التغيير وعن ضرورة مقاطعة البضائع الاجنبية واستخدام سلاح النفط، باستثناء الفضائيات السعودية والكويتية والمصرية والأردنية.

---

(١) ((منظمات حقوقية: وثيقة البث الفضائي تستهدف البرامج الجادة التي تهم المواطن))، نقلا عن: http://www.masrawy.com/News/Egypt/Politics/2008/february/14/document.aspx

* "أن كلا من المسؤولين القطريين وخبراء الإعلام في الادارة الامريكية كلاهما يرى ان مصلحته استمرار قناة الجزيرة على هذا النهج، فقطر تحصد نتائج باهرة على الصعيد السياسي نتيجة نجاح قناة الجزيرة، إذ اصبحت مركزاً هاماً لأنشطة ثقافية وسياسية وفنية، أما خبراء الإعلام الأمريكيون فيرون أن قناة الجزيرة نجحت في اثارة حراك سياسي واسع في البلاد العربية ويتجه في اغلبه في اتجاه المعارضة لأنظمة الحكم القائمة، نتيجة لذلك تصاب أنظمة الحكم العربية بضعف يرغمها على أن تكون على استعداد لتقديم المزيد من التنازلات للادارات الامريكية". نقلا عن: المصدر السابق نفسه.



وتعدّ المشاركة السياسية نشاطاً سياسياً يرمز الى اسهام المواطنين ودورهم في النظام السياسي، وتعني تحديداً، كما يقول صموئيل هانتغتون، "ذلك النشاط الذي يقوم به المواطنون العاديون بقصد التأثير في عملية صنع القرار الحكومي، سواء كان هذا النشاط فردياً أم جماعياً، منظماً أم عفوياً، متواصلاً أم متقطعاً، سلمياً أم عنيفاً، فعالاً أم غير فعال[1].

وتعدّ ايضاً المشاركة السياسية من سمات المجتمعات الحديثة، وتتأتى من أجل احتواء الصراعات التي تتولد من عملية التعبئة الاجتماعية المرافقة لعمليتي التحديث السياسي والتنمية السياسية. وتشكل المشاركة السياسية، المظهر الرئيس للنظام الديمقراطي، غير أن توسيع نطاقها دون التوسع بعملية المؤسسة السياسية يحمل معه تهديداً خطيراً للاستقرار السياسي[2].

"وتحول مفهوم الاصلاح في المنطقة العربية وضرورة قيامه ومنذ أحداث الحادي عشر من أيلول والحرب على العراق عام ٢٠٠٣م مع اطلاق مشروع اصلاح الشرق الأوسط الكبير للدول الثماني الى ايديولوجيا. فلم تحظ وثيقة معاصرة كمشروع سياسي وثقافي واقتصادي بكل تلك الدعاية والالتفاف الاعلامي مثلما حظيت به كل من وثيقة تقرير التنمية العربية عام ٢٠٠٣م ومشروع اصلاح الشرق الأوسط الكبير عام ٢٠٠٤م، كلا الوثيقتين متلازمة فلا قيمة لتقرير التنمية العربية اذا لم يتبع بوثيقة اصلاح الشرق الأوسط الكبير[3].

وافرزت هاتان الوثيقتان أسئلة في القبول والرفض والتلقي أكثر من التفاعل الفكري الايجابي. وقد عبر عن ذلك د.محمد عابد الجابري: عاداً أن مفهوم الاصلاح مكبل بالشبهات فكتب: "كون الاصلاح الذي تريد الادارة الأمريكية

---

(١) Samual P.Huntington and Joan M.Nelson, No Easy Choice, MA Harvard University Press, Cambridge 1976, P. 3.

نقلا عن: د.مي العبد الله، ((الاتصال والديمقراطية))، بيروت، دار النهضة العربية، ٢٠٠٥م، ص٢٧٢.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص٢٧٣ص٢٧٤.

(٣) د.جمال الزرن، ((تدويل الاعلام العربي الوعاء ووعي الهوية))، مصدر سبق ذكره، ص٧٣.

اقامته في الشرق الأوسط أو قيامه فيه، لافرق، قد بدأ بالافساد، ليس فقط افساد ما كان موجوداً من اصلاح قائم أو منتظر، بل أيضاً بارباك وطمس الطريق الى الاصلاح الحقيقي(1).

وتعدّ حاجة الاصلاح لمنطقتنا العربية مسألة غير قابلة للنقاش. ويجب ان يكون الاصلاح مطلباً داخلياً قبل أن يكون مطلباً خارجياً، ويتحمل النظام السياسي الرسمي جزءاً كبيراً من مسؤولية التأخير في انجاز هذا المطلب، ومن ثمّ، فالاصلاح كان مطلباً جماهيرياً ناضلت في سبيله حركات وأحزاب وقوى سياسية عربية، أما سياسة اميركا فقد كانت دائماً معادية للاصلاح بوقوفها الى جانب صف الأنظمة العربية القمعية ودعمها اللامحدود للكيان الصهيوني.

"ويعدّ دور وسائل الاعلام العربية في دفع المسار الديمقراطي غير كاف، ويصعب التنبؤ بنتائج مزج العملية الاعلامية بالقضية السياسية في المجتمعات التي تفتقد الى أرضية ومرجعية سياسية في العمل السياسي والديمقراطي، إذ تظهر على نحو مختلف في أثناء المرور الى الديمقراطية وبعده في صور جديدة قوى رجعية مجسدة في فكر وشبكات محلية أو دولية مثل قضية الطائفية والفقر والارهاب والجريمة المنظمة والشركات الاحتكارية في أنماطها المختلفة، وهي كلها علامة قد تؤثر في أداء الديمقراطية ومعها وسائل الاعلام، مثلما يحدث في "العراق، ولبنان". اذاً فلا يمكن للإعلام الحر أن يكتفي بترسيخ ركائز حكم ديمقراطي، بل الأهم حمايته والدفاع عنه(2)".

وتساعد وسائل الإعلام الرأي العام في اتخاذ القرار عن طريق تقديم أساس للمعرفة المشتركة، تزيد من الانتماء للمجتمع، وتقلل من فرص الصراع داخله، وتسهل التماسك الاجتماعي عبر تحدي القيم المسيطرة. وتتردد انتقادات اجتماعية

---

(1) د.محمد عابد الجابري، ((في نقد الحاجة الى الاصلاح))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٥م، ص١٥.

نقلا عن: د.جمال الزرن، ((مصدر سبق ذكره))، ص٧٤.

(2) د.جمال الزرن، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٢٩.

إن وسائل الإعلام تساعد في تثبيت الأوضاع القائمة فعلى سبيل المثال نادراً ما تصرح وسائل الإعلام إن البناء الاجتماعي في هذه الدولة غير متكافئ، وينبغي أن يتغير، ما عدا حالة المرشح السياسي أو الحزب الذي يجعل من ذلك قضيته للحملة الانتخابية، أو في حالة وجود بطالة أو تدهور اقتصادي غير عادي[1].

ونجد أن الإمكانات الإعلامية للقنوات الفضائية، لم تقم بنشر الكثير من الموضوعات المتقدمة "المشاركة السياسية"، ولكنها جسدت قيم ومثل السياسة العربية بكل تعقيداتها. ولا تعبر هذه الفضائيات عن اتجاهات عامة، بغض النظر عن شكلها القانوني إذ أنها غالباً لأشخاص يسيطرون عليها، ومنابر للتشهير سواء بصراحة أو بإسقاطات تحمل في طياتها الكثير مما ينال من الآخرين. وسمحت قناتا "العربية، والجزيرة" بمناقشة قضية فلسطين وقضية العراق بحرية انتقائية دون التطرق إلى قضايا مهمة تهم الجوانب القومية، او الوحدة. وبالرغم من ذلك ان هذه البرامج محاولات جيدة من قنوات لها وزنها الإعلامي، ولكن تظل مجهودات فردية لا يمكن أن يكون لها وزنها وتأثيرها على الإعلام العربي.

ويشكل خطاب "قناتي الجزيرة والعربية" السياسي عامل جذب مهم للجمهور، ويتطلب من الفضائيات إعادة النظر لدراسة كيفية تفعيل طاقات الشباب وإعادة جذبهم إلى الأحزاب والعمل العام، وتفعيل دور المنظمات غير الحكومية. **فقد كشفت بعض البرامج**، ان الشباب العربي لايثق في نتائج عملية المشاركة بسبب الممارسات التي تنتقص من الحق في المشاركة مثل التزوير المتكرر للانتخابات. وبالرغم من بعض السلبيات البسيطة في التناول، فانه لايمكن الا أن نعدّ برامج الفضائيات تجديداً واضحاً في البرامج ومضامينها، ودرجة متقدمة في مجال التحرر من الضغوط الرسمية، وضبط الاختيارات. ويمكن القول من شبه

---

(١) د.حسين عماد مكاوي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٦٠.

البديهيّات انّ للاعلام دوراً في عمليّة التحوّل نحو المجتمع الديمقراطي وفي بناء مرتكزات المواطنة الجديدة التي لاتتسم بالسلبيّة والقدريّة.

ويتبين هنا ان "**مهمّة الاعلام البديل هي التنبيه الى السلبيّات، والتشجيع على تجاوزها من أجل تجنب المخاطر. فالاعلام البديل هو ضامن القيم، ويجب أن يكون قادر على تحقيق نقلة تاريخيّة نوعيّة حين يساعد على تحول الجمهور من مجرّد رعايا الى مواطنين**"[1].

وتعدّ المجتمعات الحديثة هي مجتمعات المنظمات المدنية، ويتم عبرها التعبير المنظم عن حيوية المجتمع وتنظيمه وتكتله لاحداث الفعل في الاتجاه المطلوب، والمشاركة في صنع القرار. فقد أصبحت منظمات المجتمع المدني الركن الثالث، الذي يرتكز اليه تقدم المجتمع، فضلاً عن الركنين الآخرين، وهما الحكومة والقطاع الخاص. وتتواءم منظمات المجتمع المدني مع الدور المستقبلي للشباب، ولأسباب عديدة[2]:

١- يغطي التنوع في منظمات المجتمع المدني التخصصات المتنوعة لاهتمامات الشباب، ابتداء من البحث العلمي والمشاريع الاقتصادية، والنشاط الرياضي...

٢- تشكل تلك المنظمات ساحة التدريب المثالية للتعامل مع المجتمع، وتتطلب الخدمات التي تقوم بها منظمات المجتمع المدني روحاً شبابية.

٣- تضم منظمات المجتمع المدني، القوى الشعبية، والفئات المهمشة، التي لاتجد في الدولة الراهنة الحريات وتفتح الطاقات التي تصبو اليها، فالمجتمع المدني مناهض ومعارض للدولة.

٤- فتح عصر الاتصالات والتكنولوجيا، الاتصال والتأثير في الآخرين والتفاعل معهم، مما يعزز ثقة الشباب بالعمل الجماعي وبالمستقبل، ويتيح له الفرصة لممارسة الكثير من نشاطات المجتمع المتقدم، من حيث الديمقراطية والحريات

---

(١) المنصف وناس وآخرون، ((ثورة الصورة... مصدر سبق ذكره))، ص٧٢.

(٢) مجموعة مؤلفين، مراجعة: د.تيسير ابو عرجة، ((قضايا الاتصال والاعلام في الأردن والوطن العربي))، عمان، مؤسسة عبد الحميد شومان، ٢٠٠٧م، ص٢٠٠.



وحقوق الآخرين، والعمل الاقتصادي وتكوين الثروة، مما يشكل خلفية مهاراتية وقيمية متميزة"[1].

قيم حقوق الإنسان الثقافية والاجتماعية في برامج الفضائيات

مما لاشك فيه أن ثقافة حقوق الإنسان هي ثقافة جديدة على الوطن العربي، وليس بالإمكان نشر ثقافة حقوق الإنسان بين ليلة وضحاها، لاسيما في بلدان قسم منها مايزال يرزح تحت نير قانون الطوارئ، فضلاً عن أن مثل هذه الثقافة هي في نهاية الأمر عملية تراكمية.

"وقد حذر تقرير المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم "الالكسو" الاثنين ٧- ١- ٢٠٠٨م، من خطورة ظاهرة الامية التي لا تزال مرتفعة في العالم العربي، إذ يبلغ عدد الاميين الكلي قرابة ١٠٠ مليون نسمة، ويبلغ عدد الاميين لدى الفئات العمرية التي تزيد عن ١٥ عاما قرابة ٩٩.٥مليوناً، ووصل معدل الامية في المنطقة الى ٢٩.٧٪ وأوضحت المنظمة ان ٧٥ مليونا من اجمالي الأميين العرب تتراوح أعمارهم بين ١٥ و٤٥ عاما. وتعبر البيانات عن فجوة بنيوية عميقة تؤثر على تطور المجتمع. وقال البيان انه "بالرغم من الجهود التي بذلت على الصعيد العربي لم يرتق ملف الامية الى مستوى الاهمية التي ينبغي ان ينالها في المنطقة العربية التي يصل عدد سكانها إلى ٣٣٥ مليونا"[2].

وبقدر ما الأمية مشكلة عالمية بقدر ما هي عربية، وبقدر ماتحتاج الدول العربية إلى الدفاع المسلح تحتاج إلى الدفاع بالتعليم، ويبدأ الأمر بالتعليم الإلزامي والحد من عمالة الأطفال. وقال الدكتور يحيى الصادي، عضو المنظمة العربية للتربية والثقافة والفنون: "إن العرب ليسوا بحاجة إلى جلد أنفسهم، بل للإقرار بواقعهم الذي يقول إننا منذ ٣٦ عاما نعقد مؤتمرات ونعدّ خططا دون جدوى، فلدينا ٩٨ مليون "أُمّي" بنسبة ٤٠٪ من السكان، وهي نسبة مرفوضة في القرن الحادي

---

(١) مجموعة مؤلفين، مراجعة: د.تيسير أبو عرجة، ((قضايا الاتّصال والاعلام ... مصدر سبق ذكره))، ص٢٠١.

(٢) موقع المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم "الالكسو".

نقلا عن: http://www.alecso.org.tn/biblio_alecso/liste_produit.php

والمشرين". وأضاف أن أسباب فشل الدول العربية في القضاء على الأمية يعود إلى أسباب، منها: "سيادة ثقافة "الهامبورجر والفضائيات العربية"، وضعف وتعقيد التعليم العام وفشله في استيعاب الطلبة، فضلاً عن أن إدارات تعليم الكبار بوزارات التربية في الدول العربية هي الأقل حظاً من النواحي المادية. ويتضاعف عدد الاميين إذا غيّرنا المفهوم التقليدي للأمية، لأن المفهوم الحالي أصبح من لا يتقن الكمبيوتر أمياً. وأضاف: للأسف ظلّ أعداؤنا يصفوننا بأننا متخلفون فأقنعونا بذلك(1).

ويعدّ عدم اهتمام الحكومات العربية بقطاعات التعليم المختلفة واهتمامها بقطاعات أخرى، ليست لها أهمية كقطاع التعليم السبب الرئيس، فلو نأتي لنقارن بين الحكومات العربية وحال حكومات دول الغرب لوجدنا أن الأخيرة تولي قطاع التعليم اهتماماً قد لا توليه لأي قطاع آخر. وتغيرت مفاهيم التنمية مؤخراً مع تزايد الاهتمام بالاقتصاد المبني على المعرفة، ويعدّ النظام التعليمي مكوناً أساساً لعملية صناعة المعرفة ونقلها واستخدامها. وتصبح عملية التعليم في غاية الأهمية للأفراد جميعهم، إذ يحدد النظام التعليمي قدرة الأفراد على تعلم المهارات الجديدة والقدرة على استيعاب التقنيات الحديثة واستخدامها.

وتمثل البطالة أحد التحديات الكبرى التي تواجه البلدان العربية لآثارها الاجتماعية والاقتصادية والسياسية الخطيرة. ووفقاً للتقرير الصادر عن منظمة العمل التابعة لجامعة الدول العربية، يبلغ عدد العاطلين عن العمل نحو ١٤ مليون شخص يشكلون ما نسبته ١٤٪ من القوة العربية العاملة التي بلغت أكثر من ١٠٠ مليون شخص عام ٢٠٠٤م*.

وأسهمت قواسم مشتركة أدت إلى ارتفاع نسبة البطالة أهمها: الأمية، وتدني المستوى التعليمي، وعدم مواكبة السياسة التعليمية والتدريبية لمتطلبات سوق العمل المتجددة والمتغيرة، وايضاً استمرار تدفق العمالة الأجنبية الوافدة، لاسيما في

---

(1) المصدر السابق نفسه.

* وتتوقع تقارير منظمة العمل العربية أن يصل عدد الباحثين عن فرص عمل في المنطقة العربية سنة ٢٠١٠م إلى اكثر من ٣٢مليون شخص، واضافت أن عدد السكان النشطين اقتصادياً سيرتفع من ٩٨ مليون شخص حالياً إلى نحو ١٢٣ مليوناً سنة ٢٠١٠م.

دول الخليج العربي، ففي أعقاب الأزمة العراقية الكويتية ١٩٩٠م- ١٩٩١م، هيمنت العمالة الآسيوية على سوق العمالة في الخليج، وحلت محل العمالة العربية إثر عودة ٨٠٠ ألف عامل يمني من السعودية وآلاف الفلسطينيين من الكويت. ويعود تدفق العمالة الأجنبية إلى أسباب، بعضها تنظيمي، والآخر يتعلق بالعامل الآسيوي، مقارنة بالعامل العربي، لكن أبرز الأسباب، بسبب انخفاض أجورها وتحملها ظروف العمل القاسية، كما أنها أكثر طاعة وانضباطاً وذات إنتاجية مرتفعة. وأشار الأمين العام لمنظمة العمل العربية ابراهيم قويدر، "أن نسبة البطالة في العراق بعد احتلاله وصلت إلى أكثر من ٨٠٪ وهي نسبة كبيرة"[1].

وتؤدي وسائل الاتصال الحديثة دوراً في تعريف الشباب بالعالم، وبفرص العمل التي كانت محصورة في أنحاء البلد الواحد، وسيدفع التنافس العولمي بفرص العمل لأن تكون متاحة للجميع وعلى مستوى العالم، فاذا كانت شركة وطنية بحاجة الى مبرمج حاسبات، فان التنافس سيكون مفتوحاً لمهندسين من الهند أو الاسكا ومصر والكويت، ويعني أن التأهيل والتمكين المطلوب للشباب يجب أن يتيح لهم الفرصة للمنافسة، وفي الوقت نفسه تعرض عليهم مسؤوليات متواصلة في بناء قدراتهم الذاتية.

القيم الشخصية في برامج الفضائيات

إن مسألة تصنيف القيم هي مسألة خلافية بمقدار ماهي مسألة أكاديمية، فهناك من صنفها على اساس الاهتمامات مثل القيم الايجابية والسلبية، وتصنيف

---

(1)- Nicholas Rescher, Introduction to Value Theory (Englewood Cliffs, N J: Prentice-Hall, [1969]),p.13. نقلا عن: د.عبد الغني عماد، ((سوسيولوجيا الثقافة .. مصدر سبق ذكره))، ص١٤٨.

استند الى محتوى القيمة مثل: قيم اللذة والقيم الجمالية، والدينية والاقتصادية والقيم الأخلاقية، وميز رالف وايت* بين مائة قيمة عامة، وقدم نيكولاس ريتشر N.Rescher** محاولة قيّمة لعرض أسس تصنيف القيم المختلفة(1)، ولكن وجدتها الباحثة لاترتبط بموضوع البحث والثقافة العربية إذ ترتبط أساساً بالثقافة الغربية، ولهذا اعتمدت الباحثة على تصنيف الخطة الشاملة للثقافة العربية*** عام ١٩٨٦م وجرى تحديثها عام١٩٩٦م وصدرت في طبعة ثانية، مراعاة للمستجدات والتحولات العالمية، وتأتي أهمية هذه الخطة من أنها أول تقنين للهوية العربية الإسلامية تُصْدره جامعة الدول العربية، ويحظى بموافقة الوزراء المسؤولين عن الشؤون الثقافية في الوطن العربي. **وقد روُعي في وضع الخطة أمور تلبي الحاجة إلى التنمية القومية العربية الشاملة، وهي(٢):**

١- **تحديد المنظور المستقبلي العربي، والرؤية الواضحة لنوع الإنسان الذي نريد، وشكل المجتمع الذي نبني. وبناء نظرية ثقافية متكاملة تُعَدّ إطاراً مرجعياً للسياسات الثقافية العربية في تنويعاتها القطرية، وفي مواجهة تحديات المستقبل ومتغيّراته.**

٢- تطوير الثقافة العربية لتصبح ثقافة علمية معاصرة محافظة على تراثها وهويّتها، مسهمة في الوقت نفسه في التقدُّم العربي والعالمي.

٣- الاستجابة لتحدّيات المعرفة والتقنية المتزايدة، وللصراع مع الثقافات المالكة لها.

٤- الاستجابة لحاجات الأطفال والشباب الثقافية **بإقامة توازن بين الثقافة التي**

---

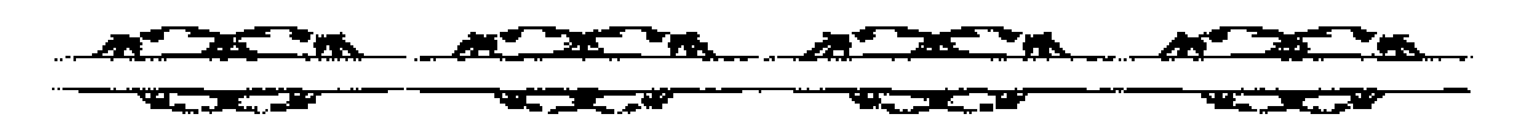
* انظر الملحق يبين تصنيف وايت للقيم.

** انظر د.عبد الغني عماد،((سوسيولوجيا الثقافة... مصدر سبق ذكره))، من ص١٤٨ الى ١٥٠ص يبين تصنيف نيكولاس ريتشر للقيم.

(١) Nicholas Rescher, Introduction to Value Theory (Englewood Cliffs, N J: Prentice-Hall, [1969]),p.13. نقلا عن: د.عبد الغني عماد،((سوسيولوجيا الثقافة ... مصدر سبق ذكره))، ص١٤٨.

*** انظر الملحق يبين تصنيف الخطة الشاملة للثقافة العربية الذي اصدرته الجامعة العربية عام ١٩٨٦م، ومعدلة عام ١٩٩٦م.

(٢) ادارة الثقافة،((الخطة الشاملة للثقافة العربية))، تونس، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، ط٢، ١٩٩٦م، ص٢٩.



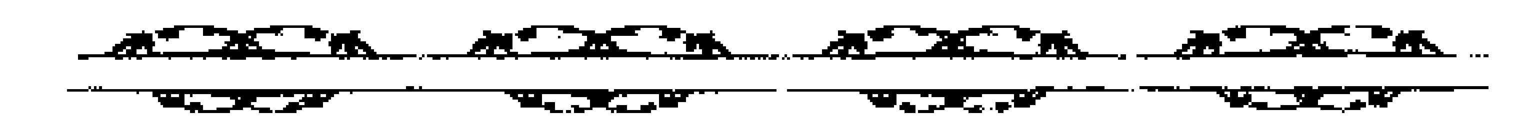
يجري إعدادها لهم من تراثنا وعصرنا، والثقافة التي يحتاجون لها في المستقبل، للتحرر القومي بوصف الثقافة عنصر مقاومة وإبداع وأمن قومي.

وتشترك وسائل الإعلام في التنشئة الإجتماعية مع غيرها في تكوين قيم وصفات كثيرة. وتستخدم التوجيه المباشر وغير المباشر فهي كالأسرة والمعلم، وتعرضها بطريقة أكثر تشويقا، ولقد آن لوسائل الإعلام في الوطن العربي أن توظف طاقاتها كلها لمواجهة تحديات العصر، ولن يتأتى ذلك إلا عن طريق وضع أهداف واضحة محددة تتمكن عن طريقها القيام بدورها في تنشئة الجيل الجديد ليكون مصدر التقدم، وفي ضوء تحليل البيانات وتوصيفها، لاحظت الباحثة أنه في مضمون البرامج مايسمى تعليم القيم عبر برامج الإعلام نوعا من التربية غير النظامية، ولاسيما في برامج قناة النجاح، وينبغي أن نلاحظ بهذا الصدد أن اضفاء الصفة التربوية على وسائل الإعلام لا تعني جعل الاعلام نظاما أو قطاعا تربويا، وإنما تعني ابراز الجانب التربوي في الاعلام، إذ أنه أحد الجوانب المهمة التي تسهم في بناء شخصية الفرد وسلوكه وفي تطوير الحياة الاجتماعية، عن طريق عمله باخلاص في بناء وطنه. ويمكننا أن نصف عوامل تكوين القيم الآنفة الذكر بأنها مرحلية في مرحلة الشباب، ويحكم مواكبة الشباب وتواصله مع وسائل الإعلام لساعات عدة من يومه، فأصبحت بالغة التأثير في تكوين قيمه، بل وفي تكوين الجوانب الأخرى من شخصيته، وذلك بما تحمله من صفات المواجهة المتكررة طوال اليوم.

وتعرف قيمة تطوير الذات، بأنها: "تنمية واكتساب أي مهارة أو معلومة أو سلوك تجعل الانسان يشعر بالرضا والسلام الداخلي وتعينه على التركيز على أهدافه في الحياة وتمكنه من تحقيقها وتعدّه وتجهزه للتعامل مع أي عائق يمنعه من ذلك"[1].

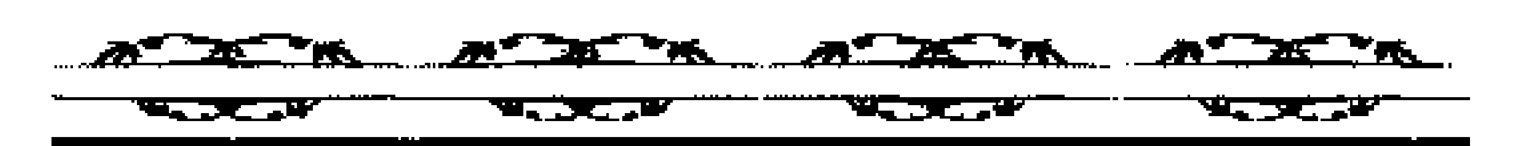
وتأتي أهمية تطوير الذات، لان التغيير قادم في كل شيء ولم تعدّ الحياة كما كانت، إذ إن ضغوط الحياة ومشكلاتها تزداد ولا بد من طريقة للتعامل معها، وسوق العمل الجديد يحتاج إلى مهارات ومعلومات متجددة، وهناك فجوة عميقة بين مهارات ومعلومات نظام التعليم الرسمي في الوطن العربي وبين ما يحتاجه

(١)مقتبس من برنامج الحياة السعيدة.



المرء فعلاً في الحياة. فتطوير الذات وإطلاق القدرات هي، الخيار للنهوض. وأن الجميع يمتلك قدرات وطاقات متكافئة وكامنة في نفوسهم، والفرص كذلك متماثلة، على حد سواء للناجحين والفاشلين، ولكن هناك من اكتشف تلك الطاقات والقدرات وسخرها، وهناك من عطلها، لأنه لم يزيد شيئاً عليها. ويقول مصطفى صادق الرافعي "وإذا لم تزد شيئاً على الحياة، فأنت زائدٌ عليها". وتعدّ المضامين اعلاه اقتباساً من الافكار الموجودة في البرامج الدينية، فغالبيتها كانت دعوة الى تغيير النفوس، وقصص عن تطوير الذات، واسمتها "بالنمذجة": وهي من أهم مهارات "البرمجة اللغوية العصبية"، وتشير البرمجة الى أفكارنا ومشاعرنا وتصرفاتنا، إذ أنه من الممكن استبدال البرامج المألوفة بأخرى جديدة وايجابية.

ويتطابق هذا التعريف مع فكرة "الاعلام البديل"، أي من الممكن ان نغير نمط البرامج المألوفة بأخرى جديدة وايجابية. ويقصد باللغوية، "المقدرة الطبيعية على استخدام اللغة اللفظية "وتشير الى كيفية عكس كلمات معينة لكلماتنا الذهنية"، أو غير لفظية ولها صلة "بلغة الصمت"، والحركات والعادات التي تكشف عن أساليبنا الفكرية ومعتقداتنا. وتشير العصبية الى جهازنا العصبي وهو سبيل حواسنا الخمس. وتقدم في حلقات البرنامج نماذج "شخصيات" من الجمهور متميزة في مهارة معينة بهدف الوصول إلى المعطيات المشتركة التي ساعدتهم على التميز والنجاح، ومن ثمّ نستطيع نقل هذه الخبرة عن طريق التدريب للآخرين، وتعدّ هذه المهارة مفيدة، وتستخدم في مجالات متعددة، وأن أحوج مهنة إلى تعلم هذا العلم الجديد وأكثرهم إفادة منه الاعلاميون، ذلك أنهم بهذا العلم سيعرفون أقرب الطرق الموصلة إلى التأثير في الجمهور، والدوافع التي تحفز استجاباتهم، وسيتقنون مهارات متعددة في أساليبهم لتناسب الجمهور على اختلافهم، ويستفيد منها المعلمون وهم الفئة الثانية المحتاجة لهذا العلم، لأن البرمجة اللغوية العصبية مفيدة في كشف كل ما يحتاج لنجاح العملية التربوية على اختلاف أعمار المستهدفين بها، ولا شك أن الأساليب المستخدمة في التعليم تعلم أكثر مما تربي، وتركز على



المعلومة أكثر من المهارة، وهذا خلل تتجاوزه "البرمجة اللغوية العصبية"، وتسمى ايضاً "بتكنولوجيا الانجاز الجديدة".

القيم القومية في برامج الفضائيات

"توصف القيم القومية بأنها نضالاً من أجل تحقيق الانسجام بين الثقافة والسياسة، ومنح الثقافة سقفها السياسي الخاص. فتسعى أكثر فأكثر الى دمج الثقافة الشعبية في تلك القيم، لمقاومة "أمركة" الثقافة الجماهيرية[1]".

ومفهوم الهوية: "كل ما يشخص الذات ويميزها، فتعني الهوية في الأساس التفرد، وهي السمة الجوهرية العامة لثقافة من الثقافات، وليست منظومة جاهزة ونهائية، وإنما مشروع مفتوح على المستقبل، ومتشابك مع الواقع والتاريخ، لذلك فان الوظيفة التلقائية للهوية هي حماية الذات الفردية والجماعية من عوامل الاختراق، ان هذا التصور الوظيفي لمفهوم الهوية يجعلنا نميز بين تأويلين لمعنى الهوية[2]":

١- التصور "الستاتيكي" للهوية، ويرى ان الهوية، هي شيء اكتمل وانتهى وتحقق في الماضي.

٢- التصور التاريخي والديناميكي للهوية الذي يرى أن الهوية شيء يتم اكتسابه وتعديله باستمرار، أي ان الهوية قابلة للتطور، لأن تاريخ أي شعب هو تاريخ متجدد ومليء بالأحداث والتجارب، فتتغير الهوية الأصلية باستمرار، وتكتسب سمات جديدة، وتلفظ أخرى، شيء ديناميكي، سلسلة عمليات متتابعة، ويمكن النظر إليها في صورتها الديناميكية على أنها مجموعة من المقررات الجماعية التي يتبناها مجتمع ما، في زمن محدد للتعبير عن القيم الجوهرية "العقائدية" والاجتماعية والجمالية والاقتصادية والتكنولوجية والتي تشكل في مجموعها صورة متكاملة تعبر عن ثقافة هذا المجتمع وأي تهديد لكل أو أحد

---

(١) جون هارتلي، ((الصناعات الابداعية ... مصدر سبق ذكره))، ج٢، ص١٨٠.

(٢) د.حليم بركات، ((مصدر سبق ذكره))، ص٧٨.

القيم، يجابهه سخط الدفاع العفوي او المقاومة الثقافية، الذي يعمل حافظا لهذه القيم، من التصدع، او التلاشي[1].

ولاتحتل مسألة الهوية سلم الأولويات في العالم العربي غير أنها قد تكون السبب في العديد من القضايا التي "ابتليت" بها المجتمعات العربية، وتحولت أحياناً إلى عنصر توتر وصدام في بعض الدول العربية، توتر قائم على أساس الاختلاف داخل هذه المجتمعات حول المكون الأساس لهويتنا التي تميزنا عن الآخرين، وما العامل الأساس هل هو اللغة المشتركة والثقافة أم الدين أو ربما العرق وحتى المذهب الطائفي هل هو الرابطة العربية أم الانتماء القطري. **"وتختلف أزمة الهوية في القرن الماضي عن القرن الحالي، ويعود سببها الى التدخلات الخارجية والحروب، وتغليب عنصر أساس من عناصر الهوية على العناصر الأخرى، تغليب العنصر الديني مثلاً على العناصر الأخرى "الهوية إسلامية"، وتغليب العنصر المذهبي على عناصر الهوية الأخرى فتصبح الهوية "شيعية أو سنية"، وتغليب العنصر العرقي على العناصر الأخرى فيبقى "كردياً أو عربياً" وهكذا.** وشهدت غالبية الدول العربية تحركات سياسية ثقافية تركز على نقطة رئيسة ما الهوية الأساس لشعوب البلدان المسماة عربية، كما شهدت نشوء حركات تختصر التنوع الكبير في هوية تلك الشعوب بهوية واحدة الهوية العربية، وشهدت بالمقابل العديد من تلك الدول نشوء حركات سياسية وثقافية تعدّ أن في الدعوة العربية إقصاءً لنسبة لا يستهان بها من المواطنين من غير العرب عرقا وحتى لغة وثقافة، وظهرت حركات ترفض المنطق القومي والقطري معتبرة أن الأساس في الهوية هو الدين. ولم تكن أزمة الهوية التي تعيشها البلدان العربية مجرد أزمة فكرية أو سياسية بل الخطير أنه نجم عنها وما زال عنف وعدم استقرار، وما زاد من خطورة الأزمة دخول عوامل المذهب والطائفة إلى

---

(1) المصدر السابق نفسه، ص٨٢.

أزمة وصراع الانتماء معبرة عن نفسها بصدامات دامية في مناسبات عدة، ولم تدخل المنطقة العربية مرحلة الدولة القومية كما حصل في أوروبا*.

"وقد باتت مسألة الهوية في علاقتها بما يفد من المضامين الثقافية عبر القنوات الفضائية، ذات أهمية ولاسيما في إطار العولمة وتفاقم التأثيرات الخارجية سياسية كانت أو اقتصادية، ويذهب البعض إلى أن قضية المحافظة على الهوية ليست عميقة ومدمرة فقط في العالم العربي اليوم، إنما هي أقسى ما يمكن إن تعرفه جماعة، لأنها تمسّ الكائن الاجتماعي في أعماقه أي فيما يكونه كوعي أول ومصالح متميزة ووجود جماعي"[1].

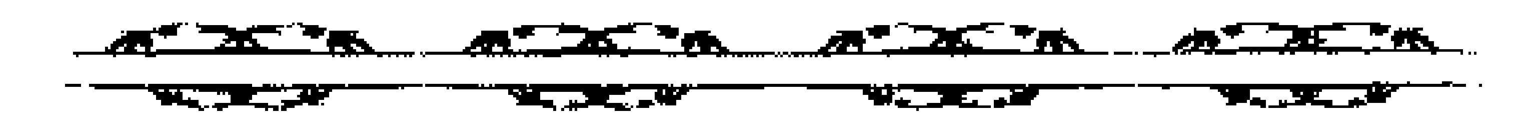
ويعدّ برنامج "بلا حدود" في حلقة "المخاطر التي تهدد الثقافة في دول الخليج"، الاكثر اثارة لقضية الهوية، من أن هناك نسبة عالية جدا في الإمارات من غير الإماراتيين وهذا قد يفقد الإمارات مثلاً هويتها في المستقبل، وقد أثار القضية المدير العام لشرطة دبي العميد داحي خلفان تميم أن يرشح هندي نفسه لرئاسة الإمارات في المستقبل القريب. وايضاً أصبح العراق الآن مفككاً فهناك مثلا أصبح للأكراد مطامع وللسنة مطامع أيضا وللشيعة مطامع، وأيضا الصراعات الإقليمية المتمثلة بالتدخل الإيراني في العراق قد يفقد العراق هويته .

ويفرض التصدي للاختراق الثقافي تجاوز خطاب الرفض سعيا الى مواجهة الاسباب، وتتدرج الفضائيات العربية بعدّها وسيطا اتصاليا جماهيريا في صلب المواجهة في تغيير الظروف المادية والفكرية والسيطرة على مقومات التنمية الحضارية في هذا العالم، والعمل الجاد المنطلق بحتمية المتغيرات الدولية وبحتمية توافر تكنولوجيا العولمة التي هي مصدرها الأساس التقدم المتسارع لتكنولوجيا الاتصالات، وبعدّ المعرفة والإيمان بهذه الحتمية كفيلاً بأن يجعل هذه الأمة العربية

---

* مقتبس من برنامج "بلا حدود"، حلقة "المخاطر التي تهدد الثقافة في دول الخليج". وبرنامج "حوار العرب"، حلقة "الشخصية العربية بين التفاؤل والتشاؤم".

(١)د.عبد القادر بن الشيخ وآخرون، ((التلفزيون الثقافة الهوية))، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، ع٤٢، ١٩٩٩م، ص١٧.



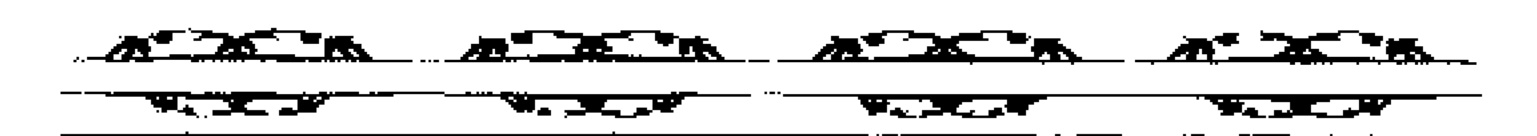
الإسلامية بأجهزتها المسؤولة أن تعمل على مواجهة المخططات الأمريكية الهادفة لمحو الهوية بواسطة السيطرة على مفاصل العولمة بكل مؤسساتها وتقنياتها السياسية والثقافية والفكرية والتجارية والاقتصادية[1].

ويهمنا أن نوضح فيما إن كان البث الفضائي يساعد على الديمقراطية بسبب عدم خضوع البث للرقابة التي يخضع لها بث التليفزيونات المحلية، فالبث الفضائي اعاد طرح موضوع الديمقراطية مجدداً، فقد شهد الوطن العربي في السنوات الستة الماضية "بعد احتلال العراق" تحولات وضغوط كبيرة باتجاه التغيير، ويعني هذا أنه ليس بالضرورة أن الفضائيات تدعم التغيير، بل آنها قد تكون وجدت لتشتيت الضغوط المطالبة بالتغيير، فإذا نظرنا إليها كنتيجة لضغوط من أجل التغيير، فإنها تعطينا فكرة عن طبيعة التغير والصراع الجاري من آجل التغيير، ولكن كيف يمكن أن تساعد الفضائيات العربية على إحداث التغيير الديمقراطي وهي مملوكة أصلاً من قِبَل الحكومات أو من قِبَل شخصيات مقربة من تلك الحكومات في بلادهم.

وقد عرف العرب المشاركة البرلمانية حتى قبل ظهور البرلمانات لدى بلدان باتت تفخر ببرلماناتها وتجاربها الديمقراطية، فقد شُيِّدت البرلمانات كأشكال وهياكل، لكن الديمقراطية الحقيقية التي تستند على خيارات الشعب ظلت بعيدة وربما أبعد من أي وقت مضى، حتى في البلدان التي نجحت باختيار نوابها بالاقتراع الشعبي الحر فإن التجربة كانت فاشلة، فبلد معطلٌ بالديمقراطية، وانقسم بلد بفعل الديمقراطية، ويعيش بلد حرباً طائفية دامية كنتاج للديمقراطية "العراق، لبنان". وفي ظل المتغيرات العالمية والقومية والمحلية، أصبحت الديمقراطية تشكل مطلباً أساساً، ليس فقط كأسلوب في الحكم بل كمنهج في التفكير والتعامل على الأصعدة المختلفة، وتعتمد كأداة تفسيرية توضح أسباب الهزائم العربية وكأساس لبناء المجتمع المدني لحدوث نهضة حقيقية. وبقدر ما تتسع دائرة المطالبة

---

(1) د.يحيى اليحياوي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٩٧.



بالديمقراطية وتتعمّق قناعات العرب بها، ستجد السلطات القائمة نفسها مضطرة إلى التجاوب مع هذه المطالب والعمل على أساسها[1].

وليس الأخذ بالديمقراطية وتطبيقها بالأمر السهل، وليست سلعة تستورد من الخارج ويجري العمل بها دون إعادة تحديدها بضوء الواقع العربي. وعنت الديمقراطية من هذا المنطلق للعرب، "تعبئة الطاقات الشعبية لتحقيق غايات الأمة في إطار سيادة القانون والتعدّدية، وتداول السلطة، وحق الشعب في المشاركة السياسية ومحاسبة السلطة، واحترام حقوق الإنسان دون تمييز، واحترام تنوع الأقوام في الوطن العربي والاعتناء بثقافاتهم، واحترام حرية الرأي، وتحرُّر المرأة، ". هذه المطالب بعيدة المنال ولكنها أمنيات سيصبح من الصعب تجاهلها بمرور الوقت[2].

ولكن مهما كانت جدية الاهتمام وإمكانات استمراره، فلا يزال مفهوم الديمقراطية بحاجة إلى مزيد من المناقشة في ضوء الواقع العربي، ولا يزال مفهوماً مرهوناً للنموذج الغربي. "ويعدّ النموذج الغربي نموذجاً متأزماً، بسبب تغييبه العدالة الاجتماعية، وتركيزه على الحرية، ولاسيما الحرية الاقتصادية التي تطغى على ما عداها من القيم الإنسانية، وهناك أزمة الديمقراطية في الأنظمة الاشتراكية بسبب تغييبها الحرية باسم التركيز على العدالة الاجتماعية، وهناك أزمة الديمقراطية المزدوجة في البلدان العربية لتغييبها كلاً من الحرية والعدالة الاجتماعية. وبذلك يكون من تحديات ممارسة الديمقراطية الحقة في المستقبل إن تقيم هذه المجتمعات وغيرها توازناً خلاقاً في آن معاً بين الحرية والعدالة الاجتماعية، كي يتم الاندماج الاجتماعي والسياسي معاً[3].

وتختلف الاصطلاحات التي تحيل إلى النخبة ما بين الطليعة، الصفوة، الملأ، وتعرف أنها: "أقوى مجموعة من الناس في المجتمع، ولها مكانتها المتميزة". ويعود

---

(١)د.حليم بركات، ((المجتمع العربي المعاصر - بحث في تغيُّر الأحوال والعلاقات))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٨م، ص١٠٧.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص١٠٨.

(٣)د. حليم بركات، ص١١٠.



الفضل إلى المفكرين الإيطاليين "موسكا" **MOSKA** و"باريتو" **PARETO** في انتشار هذا المفهوم، عبر دراساتهما الاجتماعية في بداية القرن العشرين، وقد أكدا معاً على أن "المجتمعات تنقسم إلى طبقتين أو جماعتين: الأولى حاكمة، والثانية محكومة"، والنخبة من منظورهما "هي مجموعة قليلة من الأشخاص، توافرت لهم شروط موضوعية الثروة، والقدرة..، وأخرى ذاتية المواهب، ..، بالشكل الذي يجعلها متميزة عن باقي أفراد المجتمع". ويمكن هم "مجموعة من الأفراد الذين يتموقعون في مراكز سياسية واجتماعية واقتصادية.. عليا داخل المجتمع، تسمح لهم بصناعة القرارات في المجالات المختلفة أو التأثير في صياغته"[1].

وتتخذ النخب اهتمامات مختلفة، حول إشكالية التعامل مع الحكام ومع الغرب، فمنهم من يتحدث بمنطق الآخر، ويفسّرون الظواهر بمصطلحات الآخر، ولايُشاركون الأمة همومها بحكم انغماسهم في نمط الحياة الاستهلاكية وانصرافهم شبه التام عن دورهم التثقيفي باستثناء اهتمامهم بثقافة التضليل المعرفي، لإشاعة الوعي الزائف وإخفاء الحقائق عن الناس والتستر على العجز، والفوضى والفساد ونهب الأموال العامة "قنّاصة جدد" للثروة المادية والمناصب السامية. ويتميز النموذج الثاني من النخب عن سابقه، التزامه العميق بهموم الشعب العربي، ولايهمّه في ذلك إغراء السلطة أو المال أو المنصب[2].

وتعدّ النخب السياسية أقوى النخب وأشدها نفوذاً، وتعكس الأوضاع السياسية داخل الأقطار العربية الحالة المتردية التي تعيشها النخب السياسية نتيجة عجزها عن قيادة أي تغيير أو إصلاح، وظلت بفعل التهميش الذي تعانيه، غائبة عن واقعها، وهو ما توضحه الإكراهات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية المتفشية داخل الأقطار العربية المختلفة، مما أسهم في فتح باب التهافت على المنطقة في شكل مشاريع "إصلاحية ملغومة"، أو في شكل تدخلات مباشرة منها "احتلال العراق،

---

(1) إدريس لكريني، ((النخب السياسية العربية- شرعنة الأوضاع أم انتصار للتغيير))، الأحد ٢٠٠٩/٨/٣٠م، http://www.aljazeera.net/studies

(2) د.يحيى اليحياوي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٤٣.

وأزمة دارفور، والأزمة السياسية في لبنان". ولم يعدّ بإمكان الأنظمة تجاهل الضغوطات الدولية القائمة في الاصلاح، وبدت هذه الإصلاحات محدودة، وشكلية معدة للتسويق الخارجي، وتتوخى خدمة مصالح النخب الحاكمة بالأساس عبر الحفاظ على الأوضاع القائمة وتعزيز مكانة النخب التقليدية في المشهد السياسي، وكبح أي إصلاح يمكن أن تقوده النخب السياسية المعارضة. ويجب التمييز بين نخب فاعلة تحكم وتمتلك سلطة اتخاذ القرارات وتستأثر بالمراكز داخل الدولة، وتوظف الدين والإعلام وبعض الأحزاب وجزءاً من فعاليات المجتمع المدني لصالحها، ونخب لا تحظى بسلطة فعلية، توجد خارج مراكز اتخاذ القرار، ولا تمتلك إلا مواقفها، وفي أحيان كثيرة تكون تحت سلطة النخب الحاكمة التي تفرض عليها واقعاً سياسياً ضيقاً من حيث إمكانية الاحتجاج، مما يحد من فرص ترسيخ تصوراتها الإصلاحية داخل المجتمع[1].

ومن منطلق اقتناع الأنظمة العربية بدور الإعلام و"الثقافة" في تكريس هيمنتها والترويج لأفكارها، فقد حرصت هذه الأنظمة على تجنيدها لخدمة أغراضها واستمالة عدد من "المثقفين" إلى صفها بالتهديد تارة والإغراء تارة أخرى، الأمر الذي أدى إلى نشر ثقافة سياسية تكرس التعتيم. وأسهمت النخب المثقفة على امتداد التاريخ في إثراء الفكر والإبداع، وعانت في عدد من الأقطار العربية من الظلم والتهميش، ويصنف البعض النخب إلى مجموعتين: نخب مقيمة "بقيت داخل الوطن بالرغم من تردي الأوضاع، وتحكم السياسي في الثقافي، وسيطرة الدولة على أدوات الفكر والثقافة وقنوات الاتصال الجماهيري وتوجيه الرأي العام"، ونخب هاجرت بفعل اشتداد وطأة الاستبداد السياسي، وانتشار الظلم. "وينبغي على النخب السياسية العربية الحاكمة منها أو تلك المتموقعة في صفوف المعارضة أن تراهن على الجماهير، وتستمد منها مشروعيتها وقوتها، ويعدّ إيمانها بالديموقراطية مبدأ وسلوكا منطلقا لتحقيق تغيير حقيقي في الأقطار العربية. ويعدّ سكوت النخب

(١) لكريني إدريس، ((مصدر سبق ذكره)).

وعدم فضحها ونقدها لهذه الأوضاع، في حد ذاته ظلما للشعوب وتواطؤا مع الأنظمة وتشجيعا لها من أجل التمادي في تسلطها[1].

وايضا من ضمن موضوعات القيم القومية موضوعة الاهتمام باللغة العربية، اذ تعاظم دور اللغة في مجتمع المعرفة، وتعدّ اللغة العربية من أبرز ملامح الثقافة العربية، وأكثر اللغات الإنسانية ارتباطا بالهوية، وارتهانا بالمتغيرات التاريخية، فقد صمدت سبعة عشر قرنا سجلا أمينا لحضارة أمتها في ازدهارها وانتكاسها. وتعدّ اللغة، هي الأمل في تجاوز المجتمعات العربية لتخلفها الراهن، وبعث الحيوية في منظومة المعرفة، ويرجع ذلك إلى عوامل عدة، أهمها:

١- محورية الثقافة في مجتمع المعرفة فلم تعدّ الثقافة مجرد بنية فوقية، بل أصبحت الثقافة المحور الذي تدور في فلكه عملية التنمية المجتمعية الشاملة.

٢- محورية اللغة في منظومة الثقافة نتيجة تعاظم الدور الذي تؤديه اللغة في العناصر الفرعية المكونة لمنظومة الثقافة في مجتمع المعرفة، والتي تشمل: الفكر والإبداع والتربية والإعلام والتراث ونظام القيم والمعتقدات.

٣- محورية تكنولوجيا المعلومات في منظومة التنمية التكنولوجية الشاملة، إذ أصبحت معالجة اللغة آليا بواسطة الكمبيوتر هي محور تكنولوجيا المعلومات، فاللغة هي المنهل الطبيعي الذي تستقي منه التكنولوجيا أسس ذكائها الاصطناعي، وقواعد معارفها، وهي التي تكسب النظم الخبيرة وأجيال الإنسان الآلي القدرة على محاكاة الوظائف البشرية، والتكيف التلقائي مع البيئة المحيطة. ويتعاظم الدور الذي تؤديه اللغة على صعيد السياسة والاقتصاد بعد أن أصبحت اللغة من أشد الأسلحة الأيديولوجية، وذلك بعد أن فرضت القوى السياسية وقوى المال والتجارة سيطرتها على أجهزة الإعلام الجماهيرية[2].

---

(١) المصدر السابق نفسه.

(٢) د.حسن مظفر الرزو، ((الفضاء المعلوماتي))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٧م، ص٤١٥ ومابعدها.

تعدّ وسائل الإعلام بأشكالها المختلفة من أهم عناصر البناء الاجتماعي والسياسي والثقافي والتنموي، وتعوّل الكثير من الدول والحكومات على وسائل الإعلام الآمال للقيام بدور محوري وبنائي في ظروف معينة، وبالمقابل يمكن لوسائل الإعلام أن تقوم بدور سلبي عن طريق إشاعتها ثقافة اليأس والإحباط وإضعاف الشعور العام بالمسؤولية والثقة، وإن محاولة إشاعة مثل تلك الثقافة هي أحد أهم الأسلحة التي تلجأ إليها القوى التي لا تريد خيراً لبلدها، وهنا يبرز دور وسائل الإعلام في إبراز النقد الايجابي ومحاربة النقد الهدام الذي لايرى الأشياء إلا عبر رؤية تعكس موقفاً سلبياً أحادي النظرة بعيداً عن النظرة الموضوعية، لا ترى الأشياء بحجمها الحقيقي وانما كما تتخيلها أو ترغب أن تراها. ويعدّ فن صناعة الأمل هو تحد كبير ومسؤولية وواجب يلقى على عاتق القوى كافة المعنية بعملية البناء الوطني، عن طريق نشر ثقافة التفاؤل بالمستقبل، ولقد علّمتنا تجارب الشعوب الكثير من الدروس، ولعل التجربتين اليابانية والألمانية هما الأبرز في ذلك، فقد تعرّض كلا البلدين إلى ظروف صعبة ولكن إرادة الحياة والإصرار على النجاح بقيت حية في نفوس أبنائهما، واستطاع البلدان تحقيق ما يشبه المعجزة في عقدين من الزمن فأصبحا يحتلان الترتيب الثالث والخامس في أكبر اقتصاديات دول العالم، وكان لوسائل الإعلام الدور الكبير عبر تحفيز روح المبادرة والتحدي وحب الوطن وتعزيز ثقافة العمل والانجاز في نفوس أبنائهما، وانتصرت بالمحصلة ثقافة التفاؤل والانجاز على ثقافة اليأس والإحباط[1].

ويتعين علينا ايضاً العودة الى هذا الإرث الثقافي كما يجب علينا ونحن نؤكد خصوصياتنا الثقافية ان نتجنب الافراط حتى لا نثير لدى الآخرين الضغينة والافكار المسبقة التي لن يتردد هؤلاء في ربطها بالإسلام جهلا منهم بأن من صميم هذه الديانة مفاهيم السماحة، والتعقل، والانفتاح، والمروءة. كما يجب أن تبنى هذه الحضارة على تنوع القيم والطموحات المشروعة واحترام الهويات المختلفة، ولن

---

(١) خلف علي المفتاح، ((الإعلام وفن صناعة الأمل))، جريدة الثورة، الاثنين ٣١/٨/٢٠٠٩م.
http://thawra.alwehda.gov.sy/_kuttab_a.asp

يتحقق ذلك الا بدعم اعلامي فاعل. ويواجه الشعب العربي تحديات على المستويات جميعها، لهذا فهو مطالب أكثر من أي وقت مضى بالشروع في إصلاحات حقيقية في المجال السياسي والفكري، واحترام الحريات، حتى لايتخلف عن ركب المتغيرات التي تتلاحق بتسارع مذهل وليتمكن المواطن في المنطقة العربية من الإندماج والمشاركة الفعالة في بناء عالم القرن الواحد والعشرين. ولن يتحقق الإصلاح إلا من الداخل وبإرادة ذاتية تتفاعل داخلها مجهودات الفاعلين كلهم بعيداً عن أية ضغوطات. ولن نمارس وجودنا الحضاري بفعالية إلا بمقدار ما نكون منتجين وخلاقين في هذا العالم على الأصعدة المختلفة(1).

وقد خلّف الغزو الفكري أثراً كبيراً في عقول الشباب الذي يمثل القوة المؤثرة في كل مجتمع، فحاولت بعض الحركات الدينية التصدي للاحتلال الاجنبي، إلا أنها لم تكن واعية بالتحديات الحقيقية، ولم تكن لها خطط مستقبلية للمواجهة فتشبثت في الأغلب بحلول الماضي البعيد مفصولة عن سياقها "كالخلافة نظاماً للحكم، والمرأة للتناسل والمتعة، والحدود الفقهية شريعة لازمنية، إلخ"، وتمسكت بالطقوس الشكلية والبدائية، فوقعت في متاهة، وهي تحسب أنها تقاوم مؤامرات الغرب على الإسلام. ولم تقدر السياسات الإعلامية، على مخاطبة الفئات المستهدفة بلغة العصر وإلقاء الضوء على المناورات التي تريد النيل من قيم ديننا والتشكيك في مدى تلازمها مع كل تطور وتجدد عبر التاريخ. كما أنها لم توفق في مواجهة تلك التيارات المتطرفة التي تعبث بقيمنا وتعمد إلى تشويش العقول البريئة للمراهقين. ولم يوظف الإعلام لمقاومة أولئك الذين يستعملون الدين الإسلامي سياسياً لإدخال الفوضى وعدم الاستقرار والرجوع بنا إلى الوراء، فيسلطون على الشباب إرهاباً فكرياً للزج به في متاهات التمرد والعصيان(2).

---

(1) د.محمد سعدي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٣٩.

(2) د.مصطفى المصمودي، ((دور الإعلام في معالجة ظاهرة الخوف من الإسلام "الإسلاموفوبيا" بحاسوب على الأرض ومنارة فوق القمر))، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة - إيسيسكو- ١٤٢٩هـ/٢٠٠٨م

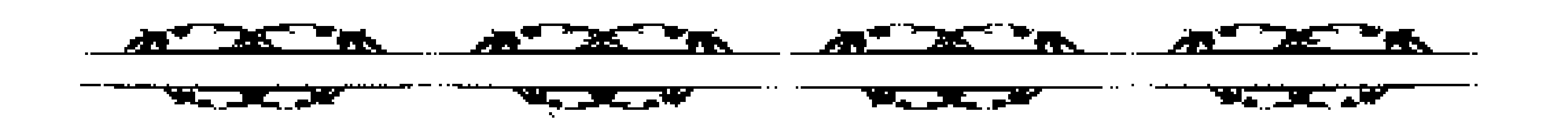
ولقد حاول بعض الإعلاميين المسيحيين في نهاية عام١٩٩٩م الاحتفال بحلول الألفية الجديدة، إذ خططوا لإطلاق صاروخ في شكل كنيسة ليكون أول معلم ديني على سطح القمر، ومن حسن الحظ أن عدداً من العلماء والباحثين المسلمين المعنيين بشؤون الفضاء، عارضوا هذا المشروع ورأوا من الأنسب الاتفاق المسبق بين المجموعات الدينية المختلفة على برنامج عالمي حول نقل التراث الإنساني من الأرض إلى الكواكب والأجرام السماوية التي وطأتها أو ستطؤها في المستقبل أقدام الإنسان، فهل استعد المسلمون لهذا المشروع الكوني العملاق ؟ والجواب حتى اليوم هو النفي والإقرار أننا مررنا منذ ٢٨ سنة من قرن هجري إلى آخر دون أدنى مبادرة لتخليد هذا التاريخ أو أي توظيف إعلامي لتلك المناسبة الفريدة. فلم يكترث المؤرخون كثيراً بحلول سنة ١٤٠٠ بل اقتصر البعض من رجال الدين على مهاجمة من حاول تحديث الخطاب الإسلامي ولم يحاولوا تحسين صورة المسلمين وسمعتهم المتجذرة في الغرب، بمناسبة حلول القرن الهجري الخامس عشر، ولفت انتباه الرأي العام الغربي إلى أهمية هذه المحطة التاريخية[1].

ويؤدي الإعلام دوراً في ترويج الفتوى وإيصالها إلى اكبر عدد ممكن من الجمهور عن طريق بعض الفضائيات التي أخذت على عاتقها نشر الأفكار الإرهابية والمتطرفة، وذلك بعرضها للأفلام الخاصة بقطع الرؤوس وعمليات القتل الجماعي كما تقوم بإجراء لقاءات بأشخاص يروجون لتلك الأفكار وقراءة البيانات والفتاوى الخاصة لتسويق تلك الأفكار، وإظهار هؤلاء بمظهر المجاهدين. وتمكنت بعض المرجعيات الدينية أن تكون صمام أمان للوضع عبر التقييم الموضوعي والتصرف بحكمة وحذر والتعامل وفق المصلحة العامة التي تحد من انتشار الفوضى وعدم إصدار آية فتوى أو بيان يؤدي إلى تأزم الوضع، بعد أن أيقنت أن الأمور تسير بشكل متصاعد ومتوتر، قد يؤدي إلى حرب طائفية أو اقتتال بين المسلمين وغيرهم، وذلك لإيمانهم بقدسية الدم وتحريم إراقته، لإعمال متطرفة وذلك بإفساد عقول الشباب[2].

---

(١)المصدر السابق نفسه.

(٢)حبيب النايف، ((الفتاوي والتطرف الديني))، الحوار المتمدن، ع٢٦٩١، ٢٨/٦/٢٠٠٩م. نقلاً عن: http://www.ahewar.org/debattshow.art



قيم ثقافة الإبداع في برامج الفضائيات

تشمل ثقافة الإبداع مجالات الفنون والعلوم والادب جميعها ابتداءً بالموسيقى إلى فن التشكيل وفنون المسرح، والتلفزيون، والسينما، وفن المعمار...الخ. "وتعدّ الصناعات الابداعية هي جملة الفنون التي تلاقت مع التكنولوجيا الحديثة، وتحاول أن تجعل منها سلعة تباع وتشترى، ويتم خضوعها للمجتمعات الاقتصادية، وضغوط القوى الاجتماعية، نتيجة لهذا التلاقي تشكلت أزمة الفنون، "لاسيما بالدول العربية" بتفشي ظاهرة الاستيراد في مجال الإبداع، من إنتاج سينمائي، وتلفزيوني، وسلع الموسيقى والغناء والتصوير، فأضعفت صناعة الثقافة "بالدول العربية" والتي تعدّ من أهم صناعات مجتمع المعرفة"[1].

ولايقل موقف المسرح سوءً عن غيره في ظل الوسيط الالكتروني الذي يعادي العروض الحية بعروضها بفنون التسجيل، وإعادة البث، والعوالم الافتراضية، فقد تحول إلى إثارة وحركات فارغة. وما زاد في أزمة إبداعنا بالوطن العربي، قلة الموارد المالية وذلك: لغياب وعي القيادات السياسية بدور الثقافة في عملية التنمية عموما، إلى جانب افتعال أزمتي الإبداع والدين، والعلم. ويعدّ الإبداع عموما محركاً أولياً للثقافة العربية، المستهدفة من طرف العولمة الغربية التي تحاول العبث بتراث ونتاج الإبداع العربي، وأن تنزع من الإبداع العربي قيمته الجمالية ليصبح بلا هوية ولاسيما مع انعدام الحوار بين فنوننا والتكنولوجيا. ويعدّ الإبداع الثقافي عاملاً مهماً من عوامل التنمية ويرتبط غنى هذا الإبداع بحيوية المبدعين، ويمكن تحقيق ذلك بتكثيف الإعلام العربي والتحريك المتزايد للأعمال الفنية بالمعارض والنشرات وغيرها. وإن ثمة نقصاً أو فراغاً في الثقافة العربية العامة في رؤية حضارية شاملة تحرك النهضة الثقافية وتستثيرها، ومثل هذه الرؤية الحضارية هي مسؤولية الكوادر الفكرية بالذات. إذ إن عمليات الإبداع الثقافي إنما هي في النظرة المتميزة

---

(١) ميلينا دراجيشيفيتش شيشيتش، سانجين دراجوجيفيتش، ((ادارة الفنون في زمن عاصف..مصدر سبق ذكره))، ص٢٧. بتصرف.



باستمرار إلى مسارات وطموحات المجتمع وفي إعطائه الأبعاد التي تجعل تطوره أكثر سرعة ومعاناته للحياة أكثر عمقاً ونظرته للمستقبل أكثر بعداً وشمولاً وتألقاً[1].

ويتعارض الإبداع مع كل قيد مادي أو معنوي، ومع كل نص مؤسساتي هدفه الإبقاء على ما هو موجود، الإبداع فكر خلاق، وصيرورة متجددة. "ويأتي **الإبداع الحر، من الرغبة في الإضافة الكائنة داخل الإنسان ذي الموهبة أولاً وفي الجماعة التي تحررت من القيود التي تربط بينها أوامر عديدة وترى الحياة صيرورة متجددة في المجالات جميعها تطويرا لما هو كائن وإيجاد لما لم يكن، ولما يجب أن يكون". "والمبدع الحر في عمقه توق دائم للأفضل وتجاوز لما هو كائن وتحرر من كل القيود كيفما كان نوعها، ويتجاوز الواقع إلى ما هو أبعد منه، ويضيق بقيود المؤسسة أياً كانت المؤسسة حتى ولو كانت مؤسسة الأهل، ويقول ما يؤمن به بصرف النظر عما يراه غيره وصولا إلى فكر جديد، يفتح أمامه آفاقاً أفضل ويعمل دوماً من اجل تقديم عوالم جديدة بدلاً لما هو كائن، ويناقض البديل الواقع بكل ما فيه من مفارقات وتناقضات وترسيخ لنمطية عادة تُبقي على رداءة العقل المبدع والمستهدف لإسكات صوته بشتى الطرق والأساليب، بالحجر، وبالنفي، وبالإغراء، وبالقتل بـ .... ويقلق أصحاب المصالح ويخلخل الواقع".** وقد ارتبط مفهوم الحرية عند الإنسان عبر التاريخ بالتخلص من قيود السلطة والقهر الجمعي، فتعمل السلطة بهذا المفهوم على ثبات الواقع على ماهو عليه، لاسيما في عالمنا العربي[2].

اما قيم الاصالة فتعرف: "**بأنها قدرة الفرد على تقديم النادر من الأفكار والأشياء". وتسمى الأفكار مجازاً "بالقوة الناعمة"***، وأصبحت القوة المسيطرة

---

(1) د.نبيل علي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٤٤٦

(2) بشير خلف، ((لاابداع بلا حرية))، ٢٨/ تشرين الاول/ ٢٠٠٦م، http://www.diwanalarab.com/

* قد يكون مفهوم "القوة الناعمة" جديداً لكن حضوره في التفاعل الثقافي بالغ في القدم، صاغ هذا المفهوم الامريكي جوزيف ناي في مقالة له نشرت في مطلع العقد الماضي، وسرعان ما وجد انتشاراً لدى المفكرين والمثقفين والاعلاميين والسياسيين على مستوى العالم، والذين اخذوا في تداوله وتبنيه في ممارساتهم، ومما حدا بجوزيف ناي ان يؤلف كتاباً يحمل المفهوم ذاته "القوة الناعمة"، وفيه توضيح لمصادر القوة الناعمة وأوجه استخدامها، إذ يفرق المؤلف بين القوة الناعمة وسواها من القوى، فهي ليست بالقوة "المادية" او "الصلبة"، إذ تعني الاولى القوة العسكرية وتقوم على الفرض، فيما تعني الأخرى الانتاج الاقتصادي من سلع وأدوات.

نقلا عن: http://www.26sep.net/newsweekartic



الاولى، وقد أخذت دول عديدة تولي "قوتها الناعمة" اهتماماً في بنائها، مدركة لما لهذه القوة من دور مؤثر في العلاقات بين الشعوب. "وتتصل القوة الناعمة بالانتاج الثقافي والعلمي والفكري والفني والرمزي. وسميت بالقوة ناعمة لأنها لا إرغام فيها ولا إغراء بالمساعدات، وإنما بما تتمتع به من قوة جذب وأصالة، نجد انفسنا منجذبين لها، ونجاح منتجها هو ما يستهوي الآخرين من معارف وفنون وأدب وإعلام وبرامج ونظم معلومات وقيم وأساليب حياة ونماذج ونجاح اقتصادي وعلمي". وأصبحت الدول النامية ايضاً وان كانت محدودة، لها قوة ناعمة مؤثرة وفاعلة كالصين وماليزيا تتجلى في الصناعات الابداعية وايضاً النجاحات الاقتصادية. "ومن التجليات العربية التي تشع في وطننا العربي على سبيل المثال، الانتاج الثقافي المصري والدراما المصرية والسورية، ومن الكويت هذه القوة الناعمة مجلة "العربي" وعالم المعرفة، وفي الاعلام تقدم قطر عن طريق "الجزيرة" إعلاماً غير مألوف في العالم العربي، ويعدّ "نموذج مدينة دبي الإعلامية" قوة ناعمة، دلالتها في النجاح الاقتصادي التي تقدمه دولة الامارات العربية المتحدة. وليس بناء القوة الناعمة ترفاً وانما هو ثراء وإثراء وقوة فعل، مؤثرة وإرادة"[1].

وتُعدّ الريادة من ضمن قيم الابداع وأنها: "مجموعة الصفات المركبة التي تجعل صاحبها مستعداً للدخول في انشاء أو تطوير مشروع ما لحسابه، يضع فيه شيئاً بارزاً من الابداع والابتكار "التكنولوجي، أو الاداري أو المالي أو التسويقي أو الثقافي أو الاجتماعي أو العلمي، ..." وعن طريق المثابرة والاصرار والاستعداد، لتحمل مخاطرة الخسارة بالدرجة نفسها للتمتع بمزايا الربح، وارضاء الذات، وتحقق الريادة نجاح المشروع وتضمن امكانات تطويره الى مشاريع أخرى مكملة أو متكاملة معه"[2].

وتكمن الصعوبة العملية التي تواجهها المجتمعات العربية في وضع الأساليب والخطط والتعليم والتدريب، التي من شأنها أن تساعد على اطلاق طاقات الأفراد

---

(١) اسكندر الاصبحي، ((هذه القوة المنتجة والفعّالة))، صحيفة ٢٦/سبتمبر.

نقلا عن: http://www.26sep.net/newsweekartic

(٢) مجموعة مؤلفين، مراجعة: تيسير أبو عرجة، ((قضايا الاتصال والاعلام... مصدر سبق ذكره))، ص٢٠٩ص٢١٠.

للانخراط في العملية الاقتصادية والاجتماعية، في حلقاتها الثلاث "استثمار المال والجهد والوقت في المشاريع الانتاجية، بغية تحقيق الأهداف والعوائد المجزية، ثم اعادة توظيف الأهداف في مشاريع جديدة". وتتردد البنوك، ولاسيما في البلدان النامية في تمويل المشروعات التي تنتج منتجات غير ملموسة كأفكار تنشر في كتاب أو إبداعات تترجم لفيلم يعرض في السينما. فضلا عن ذلك، فإن المشروعات الصغيرة والمتوسطة التي تعمل في مجال الصناعات الثقافية من المحتمل ان تواجه مشاكل قانونية متعلقة بحقوق الملكية الفكرية نتيجة لطبيعة منتجاتها والتي هي عرضة بدرجة أكبر للقرصنة، وتؤدي عوامل عدة إلى خلق الحوافز اللازمة لحكومات البلدان النامية للعمل في هذا الاتجاه عن طريق[1]:

١- الصحوة الحالية على مستوى العالم أجمع للاهتمام بالتعددية الثقافية والحفاظ على التراث الثقافي لكل بلد وهنا نجد دوراً مهماً للصناعات الثقافية.

٢- مشكلة البطالة المزمنة ودور المشروعات الصغيرة والمتوسطة في معالجتها. وان تقوية النظام الخاص بحماية الملكية الفكرية قد يوفر الحل اللازم لهذه المشكلة في حالة غياب ضامن للحصول على قرض من المؤسسات التمويلية لتمويل المشروعات الخاصة والابداع الفكري.

قيم الحداثة في برامج الفضائيات

تتكون العناصر الفكرية الفلسفية المكونة لقيم الحداثة من ثلاثة عناصر[2]:

١- تقوم الحداثة على الرؤية المرتكزة على أن العالم الموضوعي الخارجي هو الحقيقة، ويهدف عمل المجتمع الى تحقيق مقاصد مادية.

٢- تقوم على الفرد، كمحور وجود وعمل. وتدعو الى إعطاء الفرص كلها لنمو الفرد وسعادته. ويبرز مقصد أساس وهو إعطاء أوسع الحريات للفرد في مقابل

---

(١) المصدر السابق نفسه، ص٢١٢ص٢١٣.

(٢) رضوان جودت زيادة، ((صدى الحداثة وما بعد الحداثة في زمنها القادم، مصدر سبق ذكره))، ص٨٠.

الواجب. يسيطر حينئذ مبدأ الحرية مقابل مبدأ الواجب. ويكون النظام الأمثل هو الذي يعطي اكبر قدر من الحرية للفرد على نفسه وعلى الطبيعة وعلى تصرفاته، في مقابل أقل قدر من الالتزامات والواجبات تجاه الغير.

٣- تقوم الحداثة على أن المرجعية في فهم الأشياء والحكم عليها هو العقل، ويرتكز العقل على البراغماتية "النظرة النفعية" والمادية المحضة، وتقوم على مبدأ أخلاقي "العقل العملي". وحين تشكل هذه العناصر أساساً لثقافة الفرد، فإنها تنتج الفرد الذي نرى نماذجه في الحياة الغربية.

ومنها "أفكار التقدم الخطي"، وترتكز فكرة "التقدم الخطي" فرضية مفادها أن "تسير كل المجتمعات وفق مسار "التقدم" الذي سار عليه الغرب. ويتجه "التقدم" في طريق خطي ينقل البشر من حالاتهم التقليدية ما قبل الحداثة إلى الحداثة بكل ما يستلزمه ذلك من شروط وتغييرات في المجالات المختلفة ثقافياً، واجتماعياً، وسياسياً، واقتصادياً"[1].

ويعني التقدم سياسياً، تقديم فكرة الدولة وعدّها الوحدة الأساس في تنظيم علاقات البشر، فقبل الدولة كانت الوحدات المتنافسة أما العشائر أو الطوائف أو الأديان، وكلها لها تواريخ دموية، ومع ذلك فإن تاريخ الدولة الحديثة ليس أقل دموية ولكنه أكثر تنظيماً وينطوي مستقبلها على احتمالات أكثر للتوصل إلى سلام عالمي، وهو ما لا تعدّ به الأشكال الأخرى من الاجتماعات البشرية. وتنظم علاقة الأفراد بالدولة فكرة "المواطنة" التي تقوم على أساس تعاقدية قانونية آليتها الأساس تكمن في الحقوق والواجبات. ويعني التقدم ثقافياً واجتماعياً، تقديم مفاهيم الحرية الفردية والإبداع المستقبلي والمصالح المتبادلة، وتوفر بيئة أكثر رفاهية للإنسان. ويفترض "التقدم" بمعناه الحداثي إعمال النقد بإطلاقيته بالموروث الجماعي التقليدي والديني والنظر إليه بانتقائية مقصودة تأخذ

---

(١)خالد الحروب، ((معنى التقدم وخرافة الرفض))، السبت٥/٩/٢٠٠٩م.

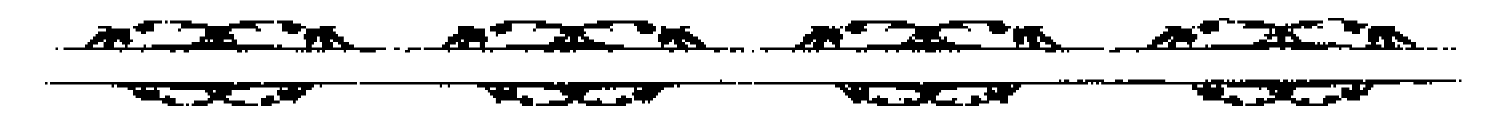
.http://www.hadatha4syria.org/index.php

منه ما يناسب العصر، وتركب مجتمعات نصف تقليدية ونصف حداثية، تقبل التقدم هنا وترفضه هناك. ويعني التقدم اقتصادياً إطلاق طاقات الأفراد في اتجاه استثمار ممتلكاتهم وقدراتهم لأن ذلك سيقود إلى الاستغلال الأمثل للثروات. ويُلخص هذا بحرية السوق والرأسمالية التي تشجع الملكية الفردية والإبداع والبحث الدائم عما هو جديد. ولا يعني كل ما سبق أن "التقدم" بمجالاته المتنوعة: ثقافياً، واجتماعياً، وسياسياً، واقتصادياً قدم الحل التام لمشكلات البشر، وأنه كان خلواً من الكوارث، ولكن زاوية النظر نسبية. إذ تتحمل الصيغ "القاسية" من التقدم الحروب العالمية والاستعمار. وتتمثل التمظهرات الأهم سياسياً وثقافياً فضلا عن الفكر والكتابة في التيار العريض لمنظمات المجتمع المدني المعولم التي تنتقد الانحرافات السياسية والاقتصادية على الدوام، وتنتصر لحقوق الإنسان. بخلاف ذلك أن ما طرحته أفكار "ما بعد الحداثة"، والذي أنتج فكراً عدمياً لا يقدم بدائل، وأمام النقد الذي وجه إلى الحداثة والغرب، لم يكن أمام الكثيرين من الذين لحقت بهم ويلات الغرب والحداثة، ولاسيما دول العالم الثالث إلا أن يتبعوا ذلك النقد، لكن النهاية كانت عدم تقديم البديل[1].

"وتعدّ "الثقافة" محدداً مهماً لقدرة الأمم على التقدم، ويجب فهم "التصورات الذهنية" التي يدرك عبرها الأفراد العالم. وقد أطلق على هذه التصورات اسم "النماذج الذهنية" التي تعرف، "بأنها افتراضات أو تعميمات أو حتى صور وتخيلات تؤثر على كيفية فهم العالم، وكيف نتصرف إزاءه. فتغير الثقافة هو تغير على المستوى الكلي، ولكن تغيير النماذج الذهنية هو على المستوى الجزئي. وتعكس الثقافة جماع النماذج الذهنية الفردية. ويركز هذا الإطار الفكري على نظرية الاستبطان للواقع، بتركيزه على القيم والمواقف الثقافية، وتعدّ رد فعل على التفسير الذي تمثله نظرية الاعتمادية *Dependency Theory*، أو ما يعرف بنظرية "التبعية". ويعدّ العمل على تغيير النماذج الذهنية التي تصوغ أفكار الأفراد

---

(1) خالد الحروب، ((معنى التقدم وخرافة الرفض))، السبت٥/٩/٢٠٠٩م.
.http://www.hadatha4syria.org/index.php



أمراً ممكناً ودعامة أساس للتغيير، إذ إن الأفراد غالبا ما يقبلون الحجج العقلية، ويتفهمون حاجتهم إلى التغيير. ولكي تحقق الشعوب النامية التقدم وتتلاءم مع الاقتصاديات المتقدمة مطالبة بتغيير ثقافتها، ولكن لا يعني محوها، لأن الواقع أثبت إمكانية تحقيق اقتصاد متقدم بثقافات متعددة[1].

وتحقق مداً تحديثياً ظاهرا للعيان في بعض الدول العربية، لاسيما في المجتمعات قليلة الديمغرافية مثل الإمارات وقطر، لكن صناعة النخب وتنمية الإبداع يصير هو الرهان. ونؤكد على قابلية النخب العربية لإنتاج المعرفة، وايضاً لايؤدي نقل المعرفة والمعلومة الجاهزة إلى ترسيخ الكسل العقلي والاتكال لدى العرب، لأن المعرفة سواء نقلت أو أبدعت تبقى وليدة حاجة وغاية، ولم تعدّ قضية خيار وإنما مسألة مصير. ونقل المعرفة شرطٌ ضروري لإنتاجها لاحقاً على المستوى المحلي، إذ يحكم المعارف معيارُ النقل أحياناً ولاسيما في جوانبها التطبيقية لكنها تنتهي في حاضرة العقل الذي يستثمرها ويحوّرها بل ويحاكيها. ولم تعدّ المعرفة عبر اقتصادها جغرافية بل أسواقاً فقط، فانبثقت التقنية اليابانية من النقل الياباني المُرتكز وجوباً على العقل الياباني الخلاق، فليست المسألة في النقل ولا في التوطين وإنما في المشروع الحضاري المرسوم وفي نجاح النخب ودورها في تصميم الجديد انطلاقاً من محاكاة القديم. ولا يحتكر الغرب من المعارف سوى ما تعلق منها بالمسائل المرتبطة بأمنه الاجتماعي والقومي، أمّا ما تبقى فهو يسوّقها سلعة تدرُّ عليه فائض قيمة تبني له اقتصادَ معرفة ذا قيمة تراكمية هائلة[2].

وتعدّ حلقة "هل كانت فكرة الصمود والتصدي مجرد شعار سياسي؟" في برنامج "حوار العرب" من قناة العربية، الاكثر تناولاً لهذه الافكار، والتركيز على التنمية، ويجب أن لانتخذ من الظروف السياسية عذراً، نحمل عليه تقصيرنا في الماضي. وتقاس التنمية بمستويات لايمكن أن نحصرها بالمال والاقتصاد فقط،

---

(١)د.محمود عمر، ((الوعي التنموي والرخاء))، ٢٠٠٩/٥/١٢م http://www.libya-alyoum.com/.

(٢) مجموعة مؤلفين، ((تنمية الموارد البشرية في اقتصاد مبني على المعرفة... مصدر مبق ذكره))، ص١٩٩.



فهناك تنمية ثقافية وهناك تنمية فكرية وهناك الأهم التنمية البشرية والأخلاقية. وعمّا تعرض له العرب في الربع الأخير من القرن الماضي من حروب وأزمات سياسية، في سوريا والاردن ومصر وفلسطين ولبنان والعراق والجزائر والسودان، أدت في الوقت نفسه الى نتائج "طفرة النفط" في دول الخليج، تعطيها الأولوية في قائمة الدول التي تنمي نفسها واقتصادها. ويجب ان تكون المواجهة للعرب، مواجهة ثقافية واجتماعية واقتصادية، وليست مواجهة سياسية فقط، **وأول مراحل المواجهة لابد أن تتم على مستوى بناء الإنسان.**

وتتيح وسائل الإعلام بما تقدمه من معلومات الانفتاح على الدول المتقدمة وتهيئ على الأقل المناخ الصالح للتنمية والتغيير، ويجب ان تعمل وسائل الاتصال على استثارة طموح الأفراد وحثهم على الكفاح من اجل حياة أفضل، وكذلك تنجح وسائل الإعلام في إثارة الاهتمام وتركيز الانتباه على عادات وممارسات تقنية جديدة تساعد على إدراك الأفراد بالحاجة إلى تغيير بعض عاداتهم وأنماط سلوكهم، فالتنمية قبل كل شيء تنمية بشرية وثقافية تستلزم إحداث تغييرات جوهرية في الفعل والسلوك في الآراء والاتجاهات والمعتقدات والقيم وطرق التفكير، مما يستلزم إيجاد الوعي بالحاجة إلى التغيير.

وايضا تناولت البرامج قيم "التكنولوجيا والبث الفضائي"، ويقصد بالتكنولوجيا هي: **"مجموع الوسائل والإجراءات التقنية التي تمكّن في مكان ما وزمان معيّن، من تصميم وإنتاج وإعادة إنتاج وتخزين واسترداد المعلومات بأشكالها المختلفة وأنواعها وأحجامها ووظائفها، المكتوب منها والمرئي والمسموع". أما تكنولوجيا الإعلام، "فهي التقنيات المصمّمة لأغراض البث والإرسال الإذاعي والتلفزيوني المحلي منه كما الإقليمي كما الدولي، والمتمظهرة منذ مدّة عن طريق الفضائيات، والمغطية لكل بقاع الكرة الأرضية. وهي بدورها مكوّنة من موزعات ووسائل بث وإرسال وأجهزة توزيع واستقبال وما سواها**[1]".

---

(١) د.يحيى اليحياوي، ((العرب وشبكات المعرفة))، بيروت، دار الطليعة، ٢٠٠٧م، ص٣٤.



وتشكل التكنولوجيا العامل الأساس في تطوير المجتمع ومحدثة تحولاً في بنائه الثقافي، ولكي يحدث التغيير لابد من إن يصاحبه تغيير في البنية الثقافية ككل حتى يتم التأقلم، وبالمقابل كل ما يطرأ من تبدلات قيمية أو مفاهيمية يحدث تغييراً في الممارسات الاجتماعية ولكل منها بنية معرفية مواكبة لها. لكن المهم في التكنولوجيا أنها تشكل البنية التحتية للاقتصاد الجديد، أي أنها عوامل إنتاج مادي، وفي الوقت نفسه البنية التحتية لنشر ثقافة تفرض قيمها ومفاهيمها، وتكمن في تكنولوجيا الإعلام[1].

يجب التفرقة بين الاعلام كعملية نشر معلومات وثقافة وبين الوسائل الاعلامية المحصورة بالتقنيات، تقنيات البث أي الوسائط التي تصبح بها الفكرة قوة مادية. "فوسائل الاعلام حسب ريجيس دوبريه هي "المجموع المادي المحدد تقنياً، لمرتكزات ووسائل نقل تؤمن للفكر في كل عصر وجوده الاجتماعي. وتغيير الوسط التقني يؤثر مباشرة على الأفكار، فكل نوع من الأفكار له متطلباته البيئية ووسطه الملائم، إذ لا وجود أصلا لأفكار دون جسم ناقل". ويصف دوبريه القرن الواحد والعشرين بأنه قرن الوسائط التكنو- ثقافية، ذلك لانه يرى ان الاختراعات التقنية وأن كانت تشكل منظومة الا إن المنظومة لاتقتصر على كونها تقنية انما تقنية ثقافية*. من هنا فان الهيمنة الفكرية والايديولوجية لاتمارس فقط بواسطة محتوى الرسائل وانما بواسطة التقنية التي تحملها وتبثها وترتب اشكال فرضها وتلقينها[2]".

"ولايدخل المجتمع العربي في حيز المجتمعات ذات النزعة العلمية، بل في إطار المجتمعات "التكنولوجانية"، التي تعشق استعمال التقنية. فالتعامل مع التكنولوجيا ثقافة وممارسة العلم ثقافة أخرى مختلفة، ويغيب هذا التمييز عن

---

(1) المصدر السابق نفسه، ص٣٦.

* الفصل الأول/ المبحث الثاني.

(2) ريجيس دوبريه، ((مصدر سبق ذكره))، ص٥٥ص٥٧.



المجتمع العربي. فقد أغفل العرب دورهم التاريخي في تقديس العلم، وهو الدور الذي لم يتم إلى حد الآن في ثقافتنا الراهنة التي ما زالت تعيش انفصاماً بين العلم والخرافة. وكلما وجدت ثقافتنا الإبداعية مسارها نحو التكنولوجيا، استطاعت ترسيخ خصوصياتها وقيمها في مجتمع المعلومات[1].

قيم ما بعد الحداثة في برامج الفضائيات

اعتمدنا تصنيف قيم ما بعد الحداثة، وفق تصنيف مفكر ما بعد الحداثة أيهاب حسن[2]، وتعدّ الحداثة شيئاً ينتمي الى الماضي، "وأن الوضع الثقافي الراهن فوق واقعي HyperReal وهو لفظ يقصد به أنه من صنع وسائل الاعلام التي تمنح الواقع الذي تقدّمه المصداقية[3]. وتوجد أربع طرق مختلفة للاقتراب من ظاهرة "ما بعد الحداثة":

١- مرحلة من الحياة الاجتماعية تلي زمنياً المرحلة التي أطلق عليها الحداثة.

٢- شكل جمالي يعبّر عن خصائص أخلاقية أساس للعصر الذي نعيش فيه.

٣- شكل من الثقافة المتأثرة بتكنولوجيا الاتصال وخصائصها، ولاسيما مجاوزة الزمان والمكان.

٤- طريقة للتفكير مناسبة لتحليل المرحلة المعاصرة في حياة البشرية. وتتسم بتحولات جذرية في تكنولوجيا الاتصال والمعرفة والطاقة عقب الحرب العالمية الثانية. ولايمكن تفسير انتشار ثقافة ما بعد الحداثة بمعزل عن العولمة، وتتكون رأسمالية العولمة من الشركات المتعددة الجنسيات المتحالفة مع

---

(١) د.يحيى اليحياوي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٧.

(٢) Ihab Hassan,Paracriticisms: Seven Speculations of the Times. Urbana, IL: University of Illinois Press, [1975].

نقلا عن: ديفيد هارفي، ((حالة ما بعد الحداثة... مصدر سبق ذكره))، صفحات متفرقة. وايضاً د.محمد حسام الدين اسماعيل، ((الصورة والجسد... مصدر سبق ذكره))، ص٥٦ ومن ص٦٦ الى ص٦٩. انظر الفصل الاول/ المبحث الثاني/ قيم ما بعد الحداثة.

(٣) د.محمد حسام الدين اسماعيل، ((الصورة والجسد... مصدر سبق ذكره))، ص٥٦.

البيروقراطيات الكوكبية الكبرى، وهي: البنك الدولي، وصندوق النقد الدولي، ومنظمة التجارة العالمية. وتقوم وسائل الاعلام بأداء وظائف عديدة لرأسمالية العولمة، فهي تقوم بتسريع توزيع السلع المادية عن طريق الاعلان، وكذلك تعيد تأكيد الأيديولوجية المهيمنة أو بعبارة أدق "تخلق الطلب السياسي والثقافي لبقاء الرأسمالية"[1]. وتعدّ الطريقة الاخيرة الاقرب لموضوع الكتاب في تناول قيم ما بعد الحداثة في برامج الفضائيات.

وقد حظيت قيمة "نقد غير ثوري للنظم القائمة" المرتبة الأولى في القنوات الفضائية، ولكن بنسب مختلفة.

وفسر هاربرت ماركوز، في كتابه "الإنسان ذو البعد الواحد"، فئة "نقد غير ثوري للنظم القائمة" بما يلي[2]: "إذا كان المطلوب هو التعددية داخل المجتمع السياسي الديمقراطي فإن البعد الواحد قد ألغى فكرة التعددية السياسية بقضائها على برامج المعارضة. و هو ما حول، برامج الأحزاب الكبيرة التي بلغت درجة متماثلة من "الرياء"، إذ لا يستطيع المواطنون التميز بين الأحزاب لقوة اتحادهم وتماثلهم مما يصعب إمكانية التغيير الاجتماعي والإبقاء على النظام القائم نفسه ويحصل اندماجا سياسيا. وإذا كان من حق المواطن حرية التفكير والتعبير فإن المجتمع السياسي الصناعي عن طريق العقلانية التكنولوجية يطمح إلى تصفية العناصر المعارضة والمتعالية في "الثقافة الرفيعة" بما يحجب عنها القدرة على إبراز مظاهر التناحر والاختلال في الواقع الاجتماعي لأن هذه الثقافة آخذة في التلاشي لتحل محلها ثقافة استهلاكية تنتج بكثرة وتستهلك بكثرة سواء كانت موسيقى أو أدب، لأن أدب المجتمع الصناعي ليس مهمته نفي النظام القائم بل توليده".

وحتى كلمات الحرية التي يقولها السياسيون في حملاتهم على الشاشات مجرد كلمات دعائية لا معنى لها، "واللغة أصبحت مجرد لغة آمرة ومنظمة"، وتحث

---

(١) د.محمد حسام الدين اسماعيل، ((مصدر سبق ذكره))، من ص٥٦ الى ص٥٨.

(٢) هاربرت ماركوز، ((الإنسان ذو البعد الواحد..مصدر سبق ذكره))، من ص١٥٤الى ص٥٧.



الناس على العمل والشراء والقبول. "ونستطيع أن نلخص جملة الانتهاكات السياسية كما يلي:

١- فرض الرقابة والتحكم والتلاعب عبر اللغة ووسائل الدعاية.

٢- مراقبة لصيقة على كل مواطن وتشجيعه فقط على القبول ومنعه من حرية الاختيار والرفض والتميز وتلخيصه في منظومة الخضوع والطاعة والاستهلاك. فتحول الشعب إلى ضحية ألاعيب السياسيين عن طريق حضورهم المتواصل في الشاشة، إذ أن المواطن لم يعدُ حراً حتى في وقت فراغه، "لأن أوقات الفراغ ما تزال جزءاً من السياسة والسيطرة"، ويهتم بقيم وحاجات زائفة، فهم مجرد أدوات خاضعة للنظام ولم تعدّ تقدر على التغيير وحصل تزييف في وعيها بواسطة التماثل، فإذا كان العامل وربُ العمل يشاهدان البرنامج التلفزيوني نفسه ويقرؤون الصحيفة نفسها فإن هذا لا يدل على زوال الطبقات، وأنما يشير إلى مدى مساهمة الطبقات السائدة في تحديد الحاجات[1].

"فإذا كان هؤلاء مشغولون بالاختيار بين تشكيلة من البضائع والخدمات المختلفة فإنها تظل مجرد حرية وهمية زائفة، وبالتالي لا سبيل إلى تحرر هذه الطبقة بعد أن تماثلت وخضعت في دولة الرفاهية التي لم تنجز سوى افتقاد الحرية في إطار ديمقراطي، وإن الحرية الوحيدة المتبقية "للمواطن" هي رضاءه التخلي عن حريته بكل ديمقراطية. فإذا كانت بداية المجتمع الصناعي قد تأسست على الحقوق والحريات فإن مرحلة متقدمة تصبح ما قام به المجتمع لا قيمة له أمام تصاعد وتيرة الإنتاج والإستهلاك[2]".

ويأتي دور "الاعلام البديل"، بجعل الأمل أمام المهمشين في المجتمع لإحداث تغيير، إذ إن الوعي بالأخطار، يمكن أن يدفع باتجاه التعبير عن المأزق وتكوين رأي عام يتوق للتحرر، ليتمكن المواطن من استعادة مكانته الحقيقية بعدّه إنساناً

---

(١) هاربرت ماركوز، ((الإنسان ذو ـ مصدر سبق ذكره))، ص١٢٢ص١٢٤.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص٦٤.

له واجبات داخل الدولة يجب احترامها وهو حقه في التعبير والنقد والتفكير وحقوقه المتعلقة بحياة كريمة ولا يتم ذلك إلا بوضع برنامج تحريري يقطع مع صورة الإنسان ذي البعد الواحد، وذلك بالقطع مع ماهو كائن وفضح الفوضى الفكرية والأخلاقية والسياسية والاقتصادية التي تقصي القيم، إذ من المفروض أن حضارة التصنيع جاءت من أجل تيسير حياة الناس ولكي تعمم الرخاء وتنشر الحرية والديمقراطية لا أن تستعبد المواطن وتسلبه حقوقه(1).

ولقد أنتج عصر التليفزيون الفضائي نوعاً من الخطاب لم يكد يوجد في المنطقة العربية من قبل، في برامج الحوار، يجادل رجال الدين العلمانيين، ويهاجم مبرري أحد أنظمة الحكم مبرري نظام آخر. وعندما بدأت تلك البرامج في أواسط تسعينات القرن الماضي، رأى فيها البعض مرتكزاً لانفتاح ديموقراطي، ومع ذلك فبعد عقد من الزمن لم يسقط نظام عربي واحد على أيدي شعبه، واتخذ قليلون خطوات محدودة نحو التحول إلى الديموقراطية. لقد أتى التليفزيون العربي الفضائي بخطاب سياسي أكثر صراحة، لكنه لم يأتِ على الأرض بسياسات أكثر انفتاحاً. وأحد الأسباب هو أن الجدل في العالم العربي يدور في معظمه على الفُرجة، وليس على المشاركة، ولا يصح هذا على شيء، أكثر مما يصح على البث الفضائي العربي(2).

وعملت ما بعد الحداثة على التحرّر من سجن الذات واستحضار اللامعقول والمتناقض والكشف عن اللامفكر فيه والمستحيل التفكير فيه، وهو ما يستوجب الانتقال من معقولية الوحدة إلى معقولية الكثرة والتنوع. وقد كان هابرماس "الفيلسوف الألماني من مدرسة فرانكفورت" من بين من نادى بضرورة وحدة العقل "كمصدر لتعدديّة خطاباته"، إذ إن العقل التواصلي القاسم المشترك بين الثقافات، إلاّ أنّ ذلك لا يمثّل حلاً للإشكاليات المتراكمة. وتسقطنا مقولة الوحدة بحسب صيغة هابرماس في مأزق آخر ألا وهو التّمركز الغربي. وإذا كانت مقولات

---

(1) المصدر السابق نفسه، ص٣٧.

(2) دنهوند التادري، ((مصدر سبق ذكره)).

الحداثة قد تمت تجاوزها لمشاريع مضادّة للمجتمعات، فإنّ ذلك لا يعني إفلاسها كمشروع معرفي بل إنّ الواقع يفرض راهنيّتها بتجاوز تناقضاتها في شروط موضوعيّة أخرى[1].

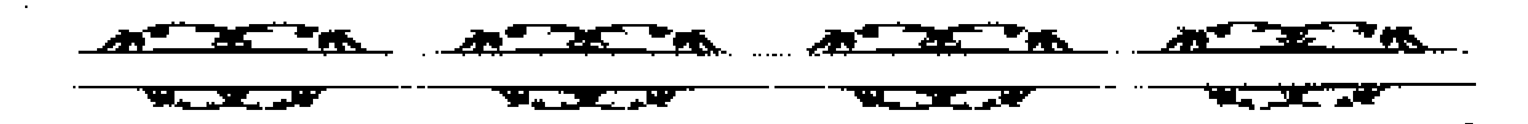
وايضا تناولت قيم "النسبية الثقافية" في مضمون برامجها، وتعني النسبية الثقافية: "عدمَ وجود قيَم شاملة لجميع البشر، إذ إنَّ كلَّ ثقافة تُعبِّرُ تعبيراً متميزاً عن الشعوب التي تؤمن بها، وتبرمج سلوكها وفق معاييرها ومعطياتها"، وقد أفضى هذا الاتجاه إلى القول: "إنَّ كلَّ فرد له خبراته الشخصية المتميزة التي اكتسبها من تنشئته الاجتماعية ومن معاناته لشؤون الحياة، وإنَّ من حقه أن يرى الأشياء ويحكم عليها من أفُقِ تلك الخبرة. ويعني هذا رفض الثوابت وكل ما يَدخُل في دائرة المطلَق، مع أنَّ كلمة "نسبي" تدل على نسبة شيء إلى شيء، ولا معنى لنسبة شيء غير ثابت لشيء غير ثابت[2].

واستغلَّ تيار ما بعد الحداثة نظرية أنشتاين استغلالاً سيِّئاً، إذ صار من المسلّمات لدى أصحاب ذلك التيار عدمُ وجود أية مرجعية لأي شيء، حتى إن العمل الأساس للعقل لم يعدَ كما كان الأمر في السابق، يتركّز في صناعة المفاهيم وإنتاج النظريات، وإنما صار محصوراً في هدم الأفكار ونقد المعطيات المتوفّرة، وبما أنَّ لكل إنسان عقلَه وعقليته ورؤيته، فإن المتوقع حينئذ هو الشك والفوضى والعَدَميَّة. ولقد أسهمت عوامل عدة في قبول النسبية وهي[3]:

١- نحن نواجه ثقافات متنوعة ومتفاوتة، ويجعلنا هذا الاتجاه أكثر انسجاماً وقبولاً مع فكرة وجود أكثر من طريق لعمل شيء ما.
٢- زيادة الفلاسفة النسبيين ولاسيما المنتمين إلى حركة العصر الجديد الذين يقولون: "أنه لا توجد حقيقة مطلقة، وأن كل شيء بإمكانه أن يخلق واقعه".
٣- التحرر من القيم الأخلاقية، والقيود الاجتماعية فالنسبية تقرر مذهب "دعه يعمل ما يشاء".

---

(١) د.جمال زرن، ((تدويل الاعلام ..مصدر سبق ذكره))، ص١٧٨
(٢) د.عبد الكريم بكار، ((النسبية الثقافية))، ٢٠٠٦/٦/٩م نقلا عن: http://almoslim.net/node/
(٣) مبارك عامر بن قنه، ((نقض المذهب النسبي))، صيد الفوائد. نقلا عن: http://saaid.net



وتعدّ حلقة "رؤية الغرب للإسلام" في برنامج "بلا حدود" من قناة الجزيرة مع الفيلسوف الفرنسي ريجيس دوبريه، **الاكثر تناولاً لهذه الافكار**، إذ يكون لكل مجتمع إنساني نظامه القيمي، والمستند إلى اختيار ثقافي مميز، ولكل ثقافة طريقتها في إدراك التغير ومعايشته، فهي إما أن تقبله، أو أنها ستحاول رفضه. وأن الفرض القسري لنمط تغير معين غالباً مايؤدي إلى تشويهات في النظام الثقافي. ولا يعدّ صراع الحضارات قدراً، لأن الجهل بالحقائق والخوف من الآخر ليست أموراً حتمية، بل هي نتاج للتربية وللثقافة التي ينشأ عليها الفرد وتطبع سلوكه. ومن ثمة، فلا بديل عن الحوار للمحافظة على التنوع الثقافي والتعددية الثقافية. ويتعين على البشر كيفما كانت معتقداتهم، أن يتعودوا على العيش مجتمعين على أساس إرادة مشتركة وحرة. وانطلاقاً من ذلك، علينا التمسك بذاتيتنا الثقافية وهويتنا الحضارية والدفاع عنهما، في إطار التفاعل مع الثقافات والحضارات الأخرى، وعلينا كذلك مراجعة أسس النظرة إلى الآخر والابتعاد عن الصور النمطية للشعوب وثقافاتها وحضاراتها.

ويعدّ النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام من القوى الأساس التي تؤثر على القائمين بالاتصال. فيسعى أي مجتمع لإقرار قيمه، ويرتبط ذلك بوظيفة التنشئة الاجتماعية، وتعكس وسائل الإعلام هذا الاهتمام بمحاولاتها الحفاظ على القيم الثقافية والاجتماعية السائدة. ويرى الباحث "وارين بريد" ***Waren Breed*** **"انه في بعض الأحوال قد لا يقدم القائم بالاتصال تغطية كاملة للإحداث التي تقع من حوله. وليس هذا الإغفال نتيجة لتقصير أو انه عمل سلبي، ولكن يغفل القائم بالاتصال أحياناً تقديم بعض الإحداث إحساساً منه بالمسؤولية الاجتماعية، وللحفاظ على بعض الفضائل المجتمعية. فقد تضحي وسائل الإعلام أحياناً بالسبق الصحفي، أو تتسامح بعض الشيء في واجبها الذي يفرض عليها تقديم الإخبار كلها التي تهم الجمهور، وذلك رغبة منها في تدعيم قيم المجتمع وتقاليده، كذلك تعمل وسائل الإعلام على حماية الأنماط الثقافية السائدة في المجتمع مثل الولاء للوطن، واحترام رجال الدين، والقضاة، والمجتمعات المحلية، وتوقير كبار السن**



والقادة، والأمهات، ورجال القوات المسلحة، وغالباً ما تتجنب وسائل الإعلام انتقاد الإفراد الذين يقومون بتلك الأدوار لتدعيم البناء الثقافي للمجتمع"[1].

وتعمدت من المقدمة اعلاه لتفسير "قيم الفوضى"، الى نقد "دور الفضائيات في فوضى الفتاوي"، إذ لا شك في ان هذه الوقائع التلفزيونية على خطورتها، إذا دلّت على شيء فعلى أن الرابح الأكبر من مناظرات كهذه هو الاستعراض التلفزيوني نفسه، الذي لا ينفك يثبت قدرته على ازدراء الفكر النقدي وإعلاء نفسه عليه وعلى تطويع الجميع وفرض منطقه الخاص عليهم، من هنا فإن المسؤولية عن وقوع مثل هذا الاستعراض التلفزيوني على مرأى الملايين من المشاهدين، يتحمل مسؤوليته الأطراف القائمة عليه أو المشاركين فيه أو الراضين بشروطه. فتقع المسؤولية على عاتق قناة العربية "برنامج حوار العرب" التي رضيت بأن تبث هذه الحلقة، تحت حجة الاسهام عالمياً في نشر الفكر العربي، وتصحيح المفاهيم المغلوطة عن الأمة العربية لدى الغير، في حين أن النتيجة هي تقديم برامج من مثل الحلقة عن "فتاوى القبل" وإفساح المجال لرجال دين في تزييف ثوابت الاسلام في الفرق بين الحرام والحلال"، تتحمله قناة "العربية" ومسؤولية نشر هذه الافكار، لانها سمحت ببث هذا البرنامج على الرغم من أنه مسجل، ومن ثم كان يمكن تدارك الأمر وتعديل موضوع الحلقة بالكامل بدل السماح لمثل هذه الأفكار بالمرور إلى ملايين المشاهدين، وتقع المسؤولية على عاتق مقدم البرنامج الذي لم يحسن اختيار ضيوفه في هذه الحلقة، ولم يعرف كيف يدير النقاش ويضع حداً في اللحظة المناسبة لهلوسات رجال دين. وتقع المسؤولية على عاتق الضيوف الآخرين المشاركين في هذه الحلقة الذين ارتضوا المشاركة فيها من دون أن يضعوا شروطهم المسبقة ومن دون التحقق من طبيعة الأسئلة ونوعية المشاركين وكيفية إدارة النقاش، وإذا كان صحيحاً ما يقوله البعض من أن التلفزيون أصبح جزءاً لا يتجزأ من عالمنا المعاصر، وأنه لا يمكن أي مفكر أو باحث أو مبدع أن ينقطع بالكامل عن الشاشة الصغيرة، لأنها في النهاية تبقى أحد أكثر الطرق فاعلية في

(١) د.حسين عماد مكاوي، ((نظريات الإعلام))، مصدر سبق ذكره، ص٧٩.

التواصل مع الجمهور الواسع، فإنه يبقى من الضروري أن يتمعن أي مثقف طويلاً في ظروف مشاركته، وأن لا يتردد في فرض شروطه الخاصة للقبول بالمشاركة، وإلا فإنه، ومهما علا شأنه، سيخسر أمام منطق الاستعراض التلفزيوني، وسيبقى الخاسر الأكبر الثقافة النقدية والفكر الموضوعي. كان من المفترض من القناة عدم بث الحلقة، والسماح لرجل الدين مثل "جمال البنا" في اصدار فتوى هدامة لقيم الدين الاسلامي والمجتمع العربي*، وتعرض جمال البنا في الحلقة لانتقادات حادة. وهو ما رد عليه البنا بالقول إن الصعوبات التي تواجه رغبة وحق الشباب في الزواج تتطلب نوعا من التسهيل في الأحكام، وعدّ البنا أن القبلات يمكن أن تشكل متنفسا يحول دون إقدام الشباب على ارتكاب الزنا.

اما قيم الحتميّة: *Philosophy of determinism* ، وهي "مذهب فلسفيّ يرى أنّ كلّ ظاهرة هي نتيجة حتميّة لحادث أو فعل ما مسبق كان هو السّبب في حدوث هذه الظّاهرة. وبالتّالي، فإنّ كلّ حدث يمكن التنبّؤ بنتائجه في المستقبل، من حيث المبدأ على الأقلّ، وذلك عن طريق الرّجوع إلى الماضي، أي إلى عوامله الأوّليّة والمبدئيّة"[1].

كانت تسعينيات القرن العشرين مرحلة صعبة إيديولوجياً على نظم الحكم العربية، تحققت فيها هيمنة عالمية لأفكار الديموقراطية وحقوق الإنسان والمجتمع المدني، وكانت تستند مجموعات مهمشة إليها، للمطالبة بإصلاح أوضاع بلدانها، وتعرض جوانب من سجلّ تلك الحكومات أمام محافل دولية مسببة لممثليها حرجا غير مألوف. لكن، اهتدى موظفو الحكومات العربية إلى حجة في مواجهة المساءلات المختصة لاسيما بالحقوق السياسية والمدنية لمواطنيهم: "الخصوصية"، لمجتمعاتنا خصوصيتها التي تنبع من تراثها وعقائدها الدينية وهويتها المتميزة. ويمضي الموظفون إلى القول إننا نسعى الى تطوير ديموقراطية ونظم حقوقية مختصة

* على حد قول جمال البنا: "القبلات تخفف من الكبت ولا تعدّ من الفواحش أو الكبائر"، "القبلات ديه يمكن أن تعتبر من اللمم، واللمم ده يعني صغار الذنوب، واللي يكفره الحسنات، بتقرير لمبدأ المقاصد في القرآن الكريم إن الحسنات يذهبن السيئات".

(١) د.حليم بركات، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٦٧.

بنا. مضمر هذا الطرح "حتمية ثقافية" إن كانت أوضاعنا السياسية والحقوقية مختلفة عن غيرنا، ومتخلفة عن معيار عالمي، فلأن لنا تراثاً وهوية مختلفين عن غيرنا. نحن مختلفون ثقافيا، لذلك نحن مختلفون سياسياً. ويتشكك في ملاءمة الديموقراطية لنا أو ملاءمتنا لها اليوم، بسبب مشكلات ثقافية ودينية عميقة في مجتمعاتنا، تتعارض مع الأسس العالمية للديموقراطية. وتغيير السياسة غير ممكن من دون تغيير الثقافة عند الآخرين، "السياسة جزء من الثقافة"، وتعدّ الثقافة "الأساس والكل"، والسياسة هي "الجزء". وليس لنظرية الحتمية الثقافية نصيب من العلم، لسببين، أولهما: كل حتمية، تتكون من عقيدة أو إيديولوجيا أو ديانة، وليس تفكيراً علمياً، الحتمية مبدأ انغلاق وثبات لأي تفكير، فيما التفكير العلمي مفتوح. ويلغي المنهج ذاته من الأساس إمكان أي اقتراح سياسي عملي مهماً يكن عادلاً ومشروعاً وبسيطاً. لنقل مثلاً الكف عن اعتقال مثقفين وناشطين لم تمسّ على أيديهم قطرة دم، لنقل إظهار بعض الجدية في ضبط نزاهة الانتخابات المحلية أو النقابية أو لنقل إصلاح المدارس، أو اهتمام أكبر بمحو الأمية. فيثبت الوضع الحالي. إلى درجة الامتناع حتى عن أنشطة رمزية أضحت عناصر جوهرية لمفهوم المثقف في كل مكان: التضامن مع زملاء في محنة "سياسية" مثلاً، الاحتجاج على انتهاك حقوق فردية أو جماعية. ويشير هذا إلى السلبية الجوهرية لنظرية الحتمية الثقافية: ما ترفضه أوضح بكثير مما تدعو إليه "فتمستكين عمليا إلى الوضع القائم". ومن وجوه مشكلتنا السياسية المزمنة أنه لم يتحقق لمجتمعاتنا المعاصرة تقدم، إن لم نقل إنها سجلت تراجعاً، أكثر مجتمعاتنا منشطرة اليوم الى "امتين"، وفي أكثرها تقاسم السيادة بين "الدولة" و"الدين"، أو منح امتيازات سيادية للدين مقابل احتكار الحاكمين للسلطة. اذن كيف يتاح لأعداد أكبر من السكان المشاركة في الحياة الوطنية ؟ ينبثق حتما من "الثقافة". ثمة مطلبان إصلاحيان، التخلص من الاستبداد، وتجنب تطييف الدولة أو تحزيبها أو تديينها[1].

---

(1) ياسين الحاج صالح، ((نظرية الحتمية الثقافية))، الحوار المتمدن، ع٢٧، ٢٦٥٩/٥/٢٠٠٩م،
http://www.ahewar.org/guest/send



ومن اكثر القيم المتداولة في البرامج الحتمية الثقافية التي لايسود فيها نموذج ثقافي على آخر، "لان ذلك يخدم الطبقة الرأسمالية العابرة القومية التي تستطيع بفضل هذه السمة ايجاد نوع من التمفصل بين الكوكبي والمحلي"، ونوقشت بعض الأفكار مثل الفتوى فيها سقوط للأفكار الكبرى، ونفي العقلاني وشيوع التفسير الغريزي للحياة.

قيم المعرفة في برامج الفضائيات

مجتمع المعرفة: "هو المجتمع الذي يتيح الفرص للمواطنين جميعهم للحصول على المعرفة المتنوعة وعلى التدريب المستمر وبما يمكنهم من التعامل مع المعلومات المتدفقة لتسهيل أداء الإعمال المختلفة بمستوى عال من الجودة".

واكثر الموضوعات التي تناولت قيم المعرفة موضوعة تغيير المناهج الدراسية في الوطن العربي، وعدّ البعض مناهج التعليم من الحصون الأخيرة المتبقية للحفاظ على كرامة الأمة وهويتها، ولذلك يتم الرفض المطلق أحياناً والتحفظ الذي يقترب من الرفض أحياناً أخرى في تغيرها، ويمثل هذا الاتجاه فئة ممن تعنى بقضايا التعليم، ويحسب لها الحرص على كرامة الأمة والحفاظ على هويتها المتمثلة في فلسفتها التربوية في مقابل اتجاه آخر يمثله المتغربين الليبراليين[1].

يبقى اتجاه الاعتدال ومن المعنيين بهذه المسألة، خبراء المناهج، وعلماء الشريعة، وأساتذة في التربية، ومفكرين من التخصصات المختلفة، يعتقد جميعهم أن موضوع المراجعة الداخلية والإصلاح الذاتي أمر يتناغم وعناصر الكون، التي تخضع جميعها لقانون التطور والتغير، ولا ينبغي أن يستثني هذا القانون أمر المناهج التعليمية، وصحيح أن مسألة إصلاح التعليم حتى وإن بدأت قبل أحداث الحادي عشر من سبتمبر، فإن ذلك لا يعني براءة مطلقة لبعض القائمين على صناعة القرار، إذ من المعلوم أن الحديث عن ثقافة السلام *Culture of peace* وتربية السلام *Education of peace* وتطبيع

---

(١) احمد محمد الدغشي، ((تغيير المناهج بين جدل الداخل والخارج))، الاثنين ٢/٨/٢٠٠٤م،
http://www.islamonline.net/servlet/satellite

العلاقة مع اليهود الصهاينة عن طريق حذف بعض النصوص القرآنية والنبوية من مقررات التعليم وإضافة بعض القيم والتوجهات الهادفة إلى تحقيق مخطط التطبيع بدأت في بعض البلدان العربية منذ قرابة العقدين من الزمان[1].

ونظراً لحجم الهالة الإعلامية وتركيز وسائل الاتصال المختلفة وطرقها المستمر المتتابع على المقررات والدعوة إلى تحسينها أو تغييرها أو تطويرها، يصور الامر لغير ذوي الاختصاص أن المصطلحات أسماء مختلفة لمسمى واحد، ويميز أهل الاختصاص بين مصطلح تحسين المنهج ***Curriculum Improvement***، وتغيير المنهج ***Curriculum change***، وتطوير المنهج ***Curriculum Development***، إذ لكل واحد منها مدلوله الخاص. فتحسين المنهج هو تغيير في مظاهر معينة منه، من غير ضرورة لتغيير المفاهيم الأساس فيه أو في نظامه. أما تغيير المنهج فقد يعني تغييراً نحو الأفضل كما قد يكون تغييراً نحو الأسوء، وقد يتم بإرادة الإنسان، وبناء على مقتضيات موضوعية، غير أنه قد يتم دون إرادة الإنسان أو رغبته، وقد يفرض من قبل جهات خارجية. ويظل التغيير في أساسه متسماً عادة بصفة الجزئية، إذ ينصب الاهتمام الأساس على جزء معين أو جانب ما من المنهج. ويمثل التطوير عملية شاملة تستغرق جوانب الموضوع جميعها المراد تطويره، كما يرتبط بالعوامل المؤثرة في هذا الموضوع. ويؤدي التطوير القائم على أساس علمي إلى التقدم الإيجابي بخلاف التغيير[2].

ويشجع مجتمع المعرفة التعليم المستمر، والتعليم الذاتي، لمواجهة مطالب الحياة في ظل العولمة، وتقوم الغايات الأساس لإقامة مجتمع المعرفة على أربع عناصر: "تعلم لتعرف، تعلم لتعمل، تعلم لتكون، تعلم لتشارك الآخرين". وهي العناصر التي تجعل من عملية التعليم مدى الحياة، مطلب أساس من مطالب مجتمع المعرفة. والتخلص من سلبية الاستقبال إلى إيجابية البحث، لاسيما وأن التربية

---

(١) المصدر السابق نفسه.

(٢) المصدر السابق نفسه.



الحديثة تجعل من المتعلم محور العملية التربوية. ويوفر مجتمع المعرفة استثمار طويل الأجل، يدوم بتنمية المهارات والقدرات الشخصية، والتعلم المستمر"[1].

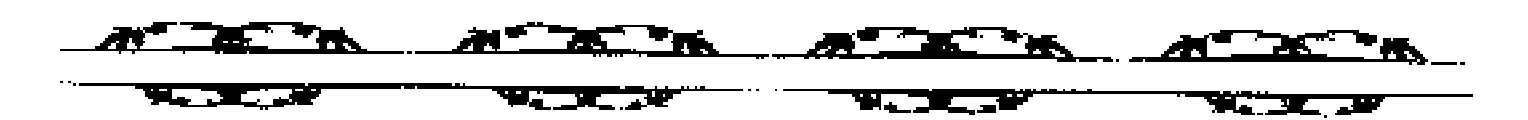
وصدر مؤخراً كتاب في أميركا بعنوان: "آخر الأساتذة: الجامعة الشركة"، ثمة مطالعة تقول أن الاعتبارات الاقتصادية تطغى اليوم على تسيير الجامعات، وعلى ملامح الخريجين الذين يجب أن تكوّنهم الجامعة. وبحسب نموذج الكتاب المطلوب التركيز على الاختصاصات المفيدة في السوق، وأن يتفق العرض مع الطلب، وأن ينشر طلاب الدراسات العليا أبحاثاً باكراً وبسرعة وبكمية أكبر، وكذلك الأساتذة الجدد، الذين تتراكم الضغوط عليهم وصولاً لتعيينهم في الملاك On tenure ، ويخضع هذا المسار بدوره "للتكميم" Quantification، "الانتاجية". ويجب تقييم الموارد الموظفة في التعليم العالي بالمقارنة مع العائد منه. فقد أدت هيمنة هذا النموذج الى الضبط، إذ يمكن الاستغناء عن خدمات الأستاذ الذي لايتفق مع النموذج فوراً. ويعطي النموذج الأولوية من الاهتمام في ما توفره الجامعة، وهي برامج ذات مخرجات مهنية، اشبه بالتدريب حسب الطلب، وينتشر نموذج "الأتعاب بحسب نتائج الطلاب"[2].

ولايصح هذا النموذج على الدول العربية، اذ يبقى الأستاذ الجامعي في وظيفته طوال الخدمة طالما أنه لم يخالف القوانين وبغض النظر عن ترقيته "فقد يبقى في رتبة أستاذ مساعد طوال خدمته"، وهذا عكس النموذج الأميركي الذي تشيع فيه عبارة **"أنشر أو تهلك"** ***Publish or Perish***. **ويمكن القول أن النموذج الاجتماعي هو السائد في الجامعات الحكومية العربية، وبحسب هذا النموذج فإن توفير الفرص الدراسية الجامعية وتوفير فرص التعيين في الجامعة للأساتذة تحكمه اعتبارات اجتماعية وسياسية. ومما حدا المنظمات الدولية ولاسيما "البنك الدولي" إلى دعوة الحكومات العربية إلى إصلاح التعليم العالي"[3].**

(١) مجموعة مؤلفين، ((تنمية الموارد البشرية في اقتصاد مبني على المعرفة... مصدر سبق ذكره))، ص٧٨.

(٢) التقرير العربي للتنمية الثقافية، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٢٨.

(٣) المصدر السابق نفسه، ص١٢٩.



ويعدّ سوقُ المعرفة اليوم قائم، ومنذ أن انتشرت الصناعات الثقافية انتشاراً مذهلاً، تضمن التبادل غير المتكافئ للمعرفة، فنقل المعرفة هذا لا يعدو كونه خطاباً فضفاضاً يدل على عجزٍ، فالمفهوم الواقعي هو تقاسم المعارف كشرط لنجاح عولمة المعرفة، وهنا فقط ندخل في سوق المفاوضات فيما يتعلق بالعرب، ذلك أنَّ الضوابط التقنية لتقاسم المعارف تحكمها حقوق الابتكار، وشروطها تحكمها موازين القوى. والغرب صاحب السوق المعرفية الكبرى، لن يتقاسم معنا إلا ما تمليه عليه مصالحه التنموية المرتبطة بسوقنا وبمؤسساتنا. وليس مجتمعُ المعرفة، كما يُروَّج له، حدثاً خارقاً، إنما هو امتداد تنظيمي لمفاهيم عمران بشري حملتها مدنياتٌ متعاقبة ومتداخلة ومتجابهة أحياناً.

القيم المهنية في برامج الفضائيات

أسهمت الأخطاء في عقود من الزمن إلى هجرة العقول من الدول العربية في استنزاف أنساني واقتصادي وعلمي لم تشهد له الأمم الأخرى مثيلاً. أما الأسباب فتبدأ بالمناهج التعليمية وغياب الرعاية وانعدام فرص الإبداع وعدم الاهتمام بإنشاء مراكز الأبحاث وتخصيص موازنات ضخمة لها كما يجري في دول العالم المتحضر، وعدم مواكبة العصر لاسيما في ميدان ثورة التكنولوجيا والعلوم والاتصالات. وهناك الآن محاولات جادة للحاق بالركب وإصلاح الخلل إلا أن عدم رسم إستراتيجية مختصة لتشجيع الإبداع ورعاية المبدعين سيظل العامل الأساس في غياب الإبداع إلى أجل غير مسمى. وتشير الدراسات إلى ارتفاع معدلات البطالة في الدول العربية، وإن اختلفت هذه المعدلات من بلد إلى آخر. وتدفع هذه البطالة إلى أنواع عدة من الهجرة، أهمها هجرة الأدمغة والاختصاصيين واليد العاملة الخبيرة، والأيدي السوداء التي تفتقد المهنة والخبرة والمعرفة. أما الأسباب الأخرى فهي: تتمثل في الشباب بدءاً من مرحلة التعليم الثانوي ومن ثم الجامعي يبحث عن وسيلة تمكنه من أن يعبر عن نفسه سياسياً، فالمنع من الانتساب إلى الأحزاب

السياسية التي لا ترضى عنها السلطة الحاكمة أمر قائم، والانتساب إلى الحزب الذي ترضى عنه أمر ميسور، إلا أنه قد لا يتوافق مع طموحاتهم وآرائهم، ولن يجد جيل الشباب أي فرصة ممكنة للتعبير وبحرية عن نفسه سياسياً، فيفضل الهجرة.

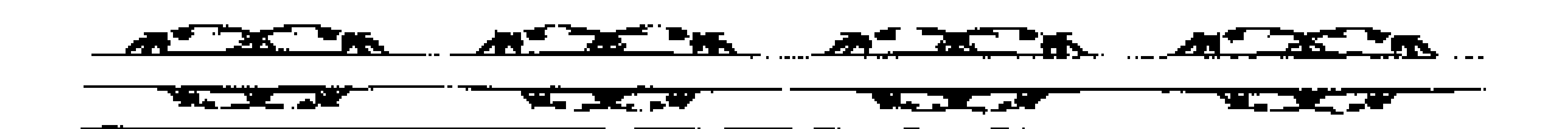
أما الفساد ففي تقرير البنك الدولي وبلغة الأرقام، "ان مايزيد على ثمانين مليار دولار في السنة هو حجم المبالغ المشبوهة في الوطن العربي التي تكون اطاراً لصفقات الفساد، أما قيمة الأضرار المادية الناجمة عن آثار تلك المليارات وسلوك الفاسدين، فتبلغ أرقاماً فلكيةً. والذين يدفعون ثمن الفساد في نهاية العملية هم بالبداهة، شعوب العالم الفقيرة. ويخصّص جزءاً كبيراً من تلك الأموال لمشاريع ثقافية مشبوهة تهدف اما الى شراء المثقفين "المعروضين للبيع طبعاً" أو الى انشاء مؤسّسات ومراكز لتظيم عمليات تمويل الفساد وشراء الذمم، أو اصدار الكتب والدوريات التي تخدم أغراضاً دعائية، ومن تلك الفعاليات ترويج الثقافة المشوّهة لنضال الشعوب وكفاحها من أجل الحرية، وبناء تجاربها الوطنية المستقلة[١]".

وقد أدى التحالف بين المال والاعلام الى اعادة تدوير الانتاج الكمّي والنوعي لوسائل التأثير في السياسة، والى انشاء امبراطوريات اعلامية-ثقافية معبّرة عن مصالح سياسية. وتحمل نماذج متنوعة الأشكال عن ادراك القوى السياسية للدور الذي يمكن أن يؤديه تحالف المال والاعلام والثقافة في صناعة الأفكار وضمان السيادة الإعلامية، وبالتالي في فساد وافساد دور الثقافة، وتحويلها من أداةٍ ايجابيةٍ في حياة الانسان، الى وسيلةٍ للسيطرة عليه ومصادرة حريته، وفرض قيم أخرى على قناعاته وسلوكه، وتحويل مؤسّسات الثقافة الى سلاح يساند هجوم السياسة على ثقافات الشعوب الأخرى، وتفرض على الآخر القبول والتسليم بالعولمة[٢]".

---

(١) د.صباح ياسين، ((الاعلام النسق القيمي وهيمنة القوة))، مصدر سبق ذكره، ص٦٨.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص٧٠.



سمات برامج الفضائيات العربية

السمات: "هي الشيء الذي يتكرر مع المبالغة في التعميم"، ويقترب هذا التعريف من الصورة النمطية. وتستخدم وسائل الإعلام الجماهيرية في إنشاء ودعم الصور الذهنية، مصادر غير محدودة للمعلومات المتنافسة، التي تصوغ، او تعدل المعاني التي خبرها الجمهور عن كل شيء من المنتجات التجارية الى الشؤون السياسية. وتنتج هذه الصورة عن عملية تركيب اجتماعي، ويتم تطبيقها عن طريق علاقات القوة، فتقوم السلطة المسيطرة بتحديد الصورة النمطية لشعب من الشعوب، إذ تعكس رؤيتها للواقع، وتكون صورة مختزلة، فهي تسطح الواقع الإنساني المعقد وتزيفه، ذلك أن أختزال جماعة معينة، أو شعب معين في صورة نمطية مختصرة يؤدي إلى تحديد نطاق المعرفة التي ينظر عبرها الإنسان إلى هذا الشعب[1]*.

ويحتاج القادة السياسيون والمواطنون إلى صنع قرار في المسائل التي لايفهمونها، ويعتمد هؤلاء على الصور النمطية التي يشكلونها بالاعتماد على مصادر أخرى ليست من بينها التجربة المباشرة، لأن الإنسان يرى مايتوقع أن يراه وليس ما هو موجود بالفعل في الواقع، ولذلك تشكل الصور النمطية رؤية هؤلاء للواقع حتى لو تعارضت المعرفة التي يحصلون عليها من التجربة المباشرة مع الصورة النمطية، لذلك تعطينا معرفة مضللة وناقصة عن الشعوب، إلا انه نتيجة لتكرارها فإن الناس يعدّونها حقيقية. وتستخدم في تضليل الجمهور، والحصول على الإجماع الذي تريده السلطة أو الجماعة المسيطرة[2].

---

(١) د.سليمان صالح،((وسائل الإعلام وصناعة الصور الذهنية))، مسقط، مكتبة الفلاح، ٢٠٠٥م، ص١٥٠ص١٥١

* يعدّ ليبمان هو اول من استعمل مصطلح "*Stereotype*" في كتابه الراي العام عام ١٩٢٢م، وعرفها: بأنها عملية منتظمة Ordering Process، ومختزلة Short-cut تشير إلى العالم وتعبر عن قيمنا ومعتقداتنا.

International encyclopedia of Social ciences, op. Cit, P260.

نقلا عن: المصدر السابق نفسه.

(٢) د.سليمان صالح،((وسائل الإعلام وصناعة الصور الذهنية))، مصدر سبق ذكره، ص١٥٢.

وتعكس سمات الثقافة العربية علاقات السيطرة والتبعية، ولم يقوم الشعب العربي بتحديدها، وتحولت بمرور الوقت إلى ايديولوجيا. وأدت الى الحاق الضرر بالأشخاص الذين ينتمون إلى هذه الجماعات، وتقف حائلا امامهم من تحقيق النجاح في المجتمع. وأهم قضية يجب الحوار فيها في برامج الفضائيات العربية، مشاكل الشباب العربي فهي قضية ملحة لا بد من بدء حوار هادف للبحث عن أسبابها ووسائل علاجها قبل فوات الأوان. فتشير الإحصاءات إلى ان غالبية أبناء أمتنا هم من الشباب تحت سن الخامسة والعشرين* بين٦٠٪ إلى ٦٥٪ "شريحة قد تصل عددها الى "١٦٨" مليون نسمة في الأقطار العربية"(١).

ويدخل اربعة ملايين شاب السوق العربية كل عام بحثاً عن فرصة عمل وأن نسبة البطالة سترتفع إلى ٢٠٪ من مجموع حجم قوة العمل العربية. والشباب الذي نتحدث عنه، هو الشباب الذي تَشكّل في ذروة الانكفاء العربي، وفي أوج ثورة المعرفة، التي جعلت منافذ الانفتاح والاطلاع على ثقافات العالم من حولنا متاحة دون رقيب، ولأنه جيل الفضائيات والانترنيت والموبايلات المتجددة، "فلقد حدث انقلاب في أنماط الحياة الاجتماعية، فبعد أن كان كل جيل يشكل المرجعية المعرفية والأخلاقية للجيل الذي يليه، أصبحنا الآن أمام جيل شاب يستمد مرجعيته من مصادر مختلفة من برامج الفضائيات والانترنيت ...الخ، يفتقد الكثير منها الى المعلومة الأمينة، وبغض النظر عن درجة الثقة التي يمكن أن تتوافر بها"(٢).

ويتوجب زيادة مساحات مشاركة الشباب، والأخذ بآرائهم، لأنهم الأقدر غالباً على تحديد مطالبهم وطموحاتهم، ودعوة الفضائيات العربية صنّاع القرار في الوطن العربي لقراءة أولوياتهم قراءة علمية وناقدة بشكل بناء. إذ تشير دراسة قامت بها اللجنة الوطنية الأردنية للسكان- عن مشاهدة الشباب للتلفزيون الى مايلي(٣):

---

* اعتمد مجلس وزراء الشباب العرب، المعيار البيولوجي لفئة الشباب، وهم الفئة العمرية من "١٥ — ٢٤" عاماً.

(١) مجموعة مؤلفين، مراجعة: تيسير أبو عرجة، ((قضايا الاتصال والاعلام في الأردنّ والوطن العربيّ، مصدر سبق ذكره))، ص١٩٢.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص١٢٢.

(٣) اللجنة الوطنية للسكان، ص٥. نقلا عن: مجموعة مؤلفين، مراجعة: تيسير أبو عرجة، ((قضايا الاتصال والاعلام ...، مصدر سبق ذكره))، ص٢٤٤.



- إنّ ثمانية من أصل عشرة شباب يشاهدون التلفزيون كل يوم.
- أنّ ٩٦٪ من الشباب يستفيد من وسائل الاعلام المرئية "الفضائيات".

بمعنى أنّ "أسلوب التلقي عبر التلفزيون مازال هو الأكثر تأثيراً في البنية الثقافية لهم، ولهذا تؤدي وسائل الاتصال الحديثة الى أن يعيش شبابنا في محيط جديد وغريب عن المحيط الذي نشأ فيه سنوات حياته الأولى، مما يؤثر بالتالي على مكونات بناء شخصيته. فيتوجب على الفضائيات العربية وضع معالم جديدة لبرامجها، تحتوي مضمون ثقافة وطنية، وعربية، واسلامية، ذاتُ أبعادٍ انسانية، وذلك سعياً الى: نموذج ثقافي وطني يستفيد من منجزات الآخر، وينتج خطاباً عصرياً عقلانياً يؤمن بالحوار والتعددية، وينبذ التعصب والانغلاق، ويحترم حقوق الانسان في التفكير والتعبير والابداع والديمقراطية والعدالة، وتكافؤ الفرص، ويستثمر مخرجات ثورة الاتصال للوصول الى الآخر والتعريف بالثقافة العربية الاسلامية[1]".

فيجب أن تتخذ الفضائيات العربية توجهات اعلامية لها ارتباط بالعمل الثقافي العربي والبعد التربوي، وتحاول ان تنجح بواسطة مضامين جذابة في الدخول الى جوهر فكر الشباب، وتعزز ثقتهم بالوطن، والاقرار بأن مهارات الشباب في التعامل مع وسائل الاتصال الحديثة، قد منحهم مهارات جديدة، اداءً وتمثّلاً لثقافة العولمة كعمال للمعرفة وصنّاع للأفكار المبتكرة. ويجب أن ننتبه الى أنّ استعمال الشباب لوسائل الاتصال المتقدّمة وسعت اطلاعه على المستويات العالية التي وصل اليها العالم المتقدّم في مناحي الحياة المختلفة، ثم مايلبث أن يصطدم الشباب مجدّداً بواقعه، ويقود هذا الى التطرّف أو الانسحاب من الحياة العادية، لاسيما اذا لم تكن لدينا برامج متوازنة وهادفة، بوسعها أن تشارك الشباب واقعهم وتطلعاتهم أيضاً.

لقد تناولت برامج الفضائيات مشكلات الشباب جميعها من "بطالة، وفقر، ومشاكل تعليمية، ومشاكل تدريبية، ودينية، الانحراف، المخدرات، الزواج

---

(١) المصدر السابق نفسه، ص١٢٧ص١٢٨.



العربي، التطرف الديني، عدم المشاركة السياسية، التشاؤم، الانتحار ...الخ". والتقت بشخصيات تعدّ من صناع القرار، مثل "د.عمرو موسى، د.برهم صالح، الامير خالد الفيصل...الخ، وايضاً شخصيات مبدعة في مجال عملهم، مثل "د.علي أومليل، فادي غندور، نجيب ساويرس، نصير شمة، د.ابراهيم الفقي ...الخ، وايضاً بمفكرين واساتذة جامعات، د.علي فخرو، د.محمد عابد الجابري، ريجيس دوبريه، د.عدنان مجلي ...الخ، وبمشاركة العشرات من الشباب الجامعيين العرب في كل حلقة، وعلى الرغم من هذا لم نجد حلولاً لمشاكل الشباب، **ولكن المهم ان الاعلام العربي فتح ملفاتها واستعرضها، ليكون جسراً للتواصل بين الشباب وصناع القرار، لتكون مستقبلاً قضايا الشباب من الاولويات في أجندة اعمالهم. واثيرت مشكلة اخرى فضلاً عن كل المشكلات اعلاه، وتتمثل باتهام الاعلام بدوره في زيادة تعقيد مشكلات الشباب.**

وتعدّ الفضائيات العامل الفاعل في تشكيل وعي الناس حالياً لاسيما في ظل احتكار الدوائر الحكومية والحزبية للإعلام لسنوات طويلة في أغلب الدول العربية مع حرصها على أن تقيم ستاراً يمنع تدفق المعلومات والحقائق غير المرغوب في وصولها للرأي العام، فقامت الفضائيات "بكسر الستار" ووضعت تصرفات الحكومات تحت عين الجمهور.

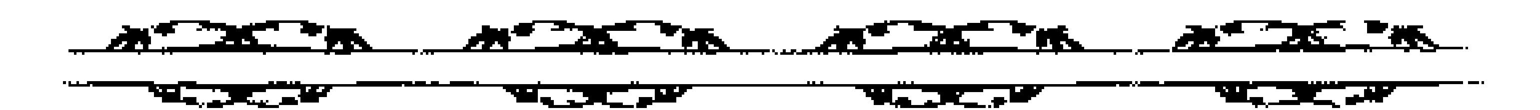
ويتأثر الطلب على المعرفة سلباً بصغر السوق وبضعف المنافسة في الاقتصاديات العربية، وتعدّ من السمات الرئيسة لنمط الإنتاج السائد في البلدان العربية، ذات الأثر على اكتساب المعرفة: الاعتماد الكبير على استنزاف المواد الخام وأولها النفط، وهو ما يسمى بنمط "اقتصاد الريع". ويعتمد هذا النمط استقدام الخبرة من الخارج، لسهولته وسرعة تبلور ريع اقتصادي على توظيفه، **بما ينتهي إلى إضعاف الطلب المحلي على المعرفة ويهدر فرص إنتاجها محلياً وتوظيفها** بفعالية لتحقيق التقدّم التكنولوجي وتأمين طريق أكثر استدامة نحو التنمية. كما أصابت الوفرة النفطية عدداً من القيم والحوافز الاجتماعية التي كان يمكن أن تؤازر وتدعم الإبداع واكتساب المعرفة ونشرها. ويضمّ العالم العربيّ، نصف احتياطي



النفط العالميّ المثبت وجوده على الأقلّ، وعلى الرغم من أنّ الثروة النفطيّة يُفترض أن تكون نعمةً، فقد ثبت في بعض البلدان أنها عائق، ومأزق متعدّد الأوجه. ووفقاً لهذه النظريّة، فمن شأن الثروة التي تدرّها عائدات النفط أن تقوّض الحكم الرشيد عن طريق إثارة الفساد والنزاعات العنيفة. وتشكّل دول الخليج، بعدد سكّانها الضئيل، استثناء، إذ إنها قادرة على أن تضمن لمواطنيها معايير عيش عالية. غير أنّ البلدان المتوسطة الدخل والأكثر اكتظاظاً بالسكان، كالعراق، هي التي تكون أكثر عرضة للوقوع في النزاع، ذلك أنّ أرجحيّة تحويل الثروة النفطيّة لمصلحة تدابير أمنيّة، من أجل أهداف عسكريّة وكبت الاضطراب الاجتماعي، عالية نسبياً. إلى جانب خطر النزاع، يقوّض الحكم السيئ الإدارة المستدامة للبيئة، لاسيّما أنّ هذه الأدارة تتمحور حول مبادئ النفاذ إلى المعلومات، ومشاركة الجمهور، وعملية صنع القرار والشفّافية المبنيّة على تحليل نسبة الكلفة إلى الفائدة، وعلى المساءلة. وعلى الصعيد الوطنيّ، فإنّ التنافس على عائدات النفط، إن جاء على شكل مخصّصات الميزانيّة وتوزيعها على الوزارات أو بصورة قتال بين الميليشيات، يغذّي النزاع ويطيله، وإنّ التنافس على امتلاك احتياطي هذا البلد من النفط كان قوّة دافعة عزّزت الصراع، كما أنّ الصراع حول تقاسم الثروة النفطيّة أسهم في تفاقم العنف الطائفيّ في العراق[1].

وقد تكون من أسباب زيادة نسبة الأمية الأبجدية والأمية الثقافية في العالم العربي في السنوات العشر الأخيرة، هي الرسالة التلفزيونية الفضائية التي تشجع المتلقي على المشاهدة لا على القراءة، ولا على النشاط الذهني، كما تقدم له ما يُسلّيه لا ما يُثقفه، وما لا يُطوره ويرقى به. وبما انه نحن الآن في عصر الإعلام ولاسيما إعلام الفضائيات وهذا ما ضاعف واجبات الإعلاميين وزاد من خطورة دور الإعلام في كل منحى من مناحي الحياة ولاسيما في مجال التوجيه وتكوين شخصية المجتمع سلباً أو إيجاباً، فالإعلام هدف ومسؤولية ودور بناء يسهم في

(1)خالد الفرطاس، ((البيئة والسياسة، لعنة الموارد))، ٢٠٠٩/٢/٤م. http://envi.maktoobblog.com



تصحيح الأخطاء ونشر المعرفة ورفع مستوى المتلقي وتقديم الأفضل وتوحيد الكلمة. إذ إن التلفزيون سلاح ذو حدين: فهو قد يؤدي إلى تزييف الوعي، والإحباط، ويعطل ملكة الخيال ويشجع الروح الاستهلاكية عن طريق الإعلانات، ويعزز الصور النمطية لديه، ولكن في المقابل إذا أحسن استخدامه يمكن أن يكون عاملاً مساعداً في التنشئة الاجتماعية، فهو يستطيع أن يغرس القيم الاجتماعية الإيجابية، وأن يعزز شعور الانتماء الوطني والقومي، ويمكن أن يزود الأطفال بالمعلومات الجديدة التي من الصعب معاينتها مباشرة، وكذلك يمكنه أن يزيد في ثروته اللغوية، ويعلمه بعض أنماط السلوك الجيد. ان استخدام رسالة إعلامية فعالة لها القدرة على تغيير الوظائف النفسية للإفراد لكي يستجيبوا لهدف القائم بالاتصال، أي إن الإقناع يكمن في تعلم جديد، عن طريق معلومات يقدمها القائم بالاتصال لكي تغير البناء الداخلي للفرد المستهدف "الاحتياجات" مما يؤدي إلى السلوك العلني المرغوب فيه. وايضاً تستطيع وسائل الإعلام خلق حركة واسعة ويقظة فكرية عن طريق وظائفها الاتصالية، وتستطيع إيصال وتبادل الخبرات الإيجابية وجعلها قيماً ومثلاً عند المتلقي، وايضاً نشر قيم الشفافية والتسامح من أجل جعل الناس تثبتها بصورة عملية، وتستطيع أن تجعل العلاقة موضوعية بين الشفافية والقضايا الوطنية والقضايا المقدسة والقومية والإنسانية والمشاركة في تبني الشفافية كمقدمة لبناء المجتمع المدني .وفي ما يخص المنطقة العربية، فقد تضافرت مجموعة مركّبة من العوامل لتجعل من قضية النزاعات الاثنية والطائفية إحدى القضايا المزمنة لدولها. ونتعامل مع هذه الفئة على أساس إن مفهوم الاثنية والطائفية مفهوم واحد بوصفهما **"كل جماعة لها خصوصيتها اللغوية أو الدينية أو المذهبية أو القبلية، وتملك الوعي بتمايزها عمن سواها من الجماعات بحكم تلك الخصوصية**[1]**"**.

---

(١) نيفين مسعد، ((النزاعات الدينية والمذهبية والاثنية في الوطن العربي))، مجلة المستقبل العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ع٣٦٤، حزيران/ ٢٠٠٩م، ص٦٣.



وان السمات التي أشرنا اليها، يجب أن ينظر إليها كمشكلة استطاعت الدول الغربية فرضها على الدول العربية ووسيلة لفرض السيطرة الاستعمارية والثقافية على الشعوب العربية، وأن هذه السمات عموماً تقاوم التغيير حتى عند الفشل في تقديم الأدلة على صحتها، أو حتى عندما تشير الحقائق إلى عكس ما تتضمنه هذه الصور النمطية من سمات، فالناس يتبعون تحيزاتهم، ويتجاهلون ما يتناقض معها وبالرغم من صعوبة تغييرها، إلا أن التغيير ليس مستحيلاً، ويجب ان تسعى القنوات الفضائية الى تغييرها، وتحويلها إلى صورة إيجابية، ولكن عن طريق جهود تراكمية منظمة في عصر يطلق عليه "مجتمع المعرفة"، وعلى حد قول أرمان وميشال ماتلار أنه أيضاً: "عصر إنتاج الحالات الذهنية، لذا وجب التفكير وعلى نحو مختلف في مسألة الحريات والديمقراطية. ذلك لأن الحرية السياسية لايمكن أن تختصر في الحق في ممارسة الإرادة الشخصية، إنها تكمن أيضاً في الحق في السيطرة على سيرورة تشكيل الصور النمطية للشعوب والثقافات[1]".

لقد تغير المعنى بعد البث الفضائي عند الساسة العرب، ليس لأنهم اكتشفوا أن شعوبهم تفهم وتقرر كيف تعطي ولاءها، بل لأنه لم يعدَ باستطاعتهم فرض الوصاية على هذه الشعوب لأن التقدم العلمي لم يخترع لهم جهازاً يحاصر موجات البث، فقرروا أن يسايروا هذا الحدث الإعلامي واللغة الواعية بالقدر الذي يجعلهم يسيطرون على مصالحهم ومقاعدهم قدر الإمكان. وأصبحت أحاديث الحرية والحقوق والكرامة متاحة، وفهمت الشعوب العربية الأن الحكم عقد شراكة لا عقد تملك كما كان النظام الرسمي العربي يصوره في ذهن الشعوب ونظمها المزيفة بما في ذلك الديمقراطية المقننة لمصلحة النظام قبل أن تصل إلى الشعب. وأصبح المشاهد العربي بذكائه ووعيه يدرك انحسار الحياد في الفضاء العربي ولاسيما القنوات الإخبارية، وانهيار الحياد يعني انهيار البث الفضائي العربي هذا المشروع الضخم لأن النسخ المحسنة بالمعيار الدولي المنحاز كثيرة ولم تصمد

(١)أرمان وميشال ماتلار، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٠٥.



أمام ثقة المشاهد العربي. المقدمة اعلاه تعدّ اتهام موجه لقناة الجزيرة الفضائية نشر في جريدة القبس أثر تصريح وزير الخارجية القطري وصراحته في أن مجلس الإدارة في قناة الجزيرة كلف بإعادة تقييم الوضع بعد الضغوط الدولية على قناة الجزيرة. اذن الوضع لا يمكن أن يدعو للتفاؤل لأن الطرف القوي في المعادلة يرى أن التطور يجب أن يتوجه للبيت الأبيض لا للوطن العربي وإن كان ذلك على حساب الحقيقة بل وقتلها[1].

وبتحقيق الغاية المنشودة وهي العدالة والحرية والديموقراطية والمساواة لتنطلق بعدها إلى التطبيق العملي بتأمين المشاركة الفعلية للجميع في اتخاذ القرار ورسم السياسة العامة، ثم في تحمل المسؤولية كاملة فلا حرية بلا أحرار، ولا ديمقراطية بلا ديمقراطيين، يتحملون المسؤلية ويدافعون عن الحق ويثبتون جدارتهم في أي موقع يتولونه. فلم يعدّ من الجائز التفرد في تحديد مصائر الناس وحاضرهم ومستقبلهم ولا بد من أن ينتهي عهد الإنسان الفرد الواحد الذي يتخذ قرارات الحرب والسلم ويتصرف بثروات الأمة بلا رقيب ولا رادع من ضمير. المصير..مصير الجميع دولاً وشعوباً وأفراداً... فعندما نخسر المعركة العربية، لن ينجو منا أحد، لا حاكم ولا محكوم ولا مشرقي ومغربي. وعندما ننتصر ينعم الجميع بالسلامة ويعم التفاؤل، **فنحن اليوم أمام واقع: نكون أو لا نكون وتلك هي مسألتنا المعاصرة التي يجب أن لا نتهرب من مواجهتها.**

---

(1) مهنا الحبيل،((جمهورية الجزيرة الديمقراطية))، المقابلة التي أجراها الصحفي حسين عبد الرحمن مندوب القبس في الدوحة أكد الشيخ حمد بن ثامر أن القناة ليست صناعة اميركية بعقال قطري إنما هي قناة عربية تتعاطي مع الشأن العربي بشكل مهني إلا أن بعض القيادات الخليجية تنزعج مما يذاع في القناة.؟وقال: إذا كانت صناعة أميركية تستطيع أن تتأكد أنها خدمة جديدة قدمتها الولايات المتحدة الأميركية إلى العالم العربي، إذا كانت كذلك، لكنني أؤكد أنها قناة عربية تتعاطي مع الشأن العربي بشكل مهني.وقال: ما يصلني أحيانا أن هناك بعض الانزعاج من بعض الأخبار أو الأحداث التي نغطيها، وحصل هذا اكثر من مرة؟.

نقلا عن: http://www.aljazeera.net/NR/excres



أهداف برامج الفضائيات العربية

تعدّ الاهداف غاية محددة مطلوب تحقيقها، ومحددة المعالم يسعى الفرد أو الجماعة لبلوغها. والشيء المنطقي هو الانطلاق مع كل معطيات العصر لتحقيق الاهداف عن طريق الآتي :تجميع القدرات الكامنة والظاهرة من أجل المشاركة الجماعية وإثبات الذات أمام ما ينتظر العرب من مستقبل العولمة التي أصبحت حقيقة واتجاهاً حتمياً لا يمكن تجاهله، والتعامل الجاد مع التكنولوجية وتوظيف كل الطاقات والقدرات من أجل الاستيعاب الأمثل لها والمشاركة الإيجابية والعمل الموضوعي لاستغلال كل الثروات المادية والبشرية لقيام نهضة مدنية من النواحي الحضارية والاقتصادية والعمل على خلق أسواق إقليمية وقومية وإسلامية للتعامل العالمي في نطاق العولمة ومنظمة التجارة العالمية على اعتبار أن عالم اليوم والغد هو عالم التكتلات للأقوياء وليس هناك مجال للضعفاء. ويجب أن يكون واقع الإعلام العربي قادر على التعاطي مع العصر وجعل وسائل الإعلام وسيلة جماهيرية تعبر عن الحاضر والمستقبل بكل آفاقه .

وأنّ البعد الإبداعي في الإعلام وثيق الصلة بكلّ مرحلة من مراحل صناعة المضامين المرئية والمسموعة بدءاً من الكتابة، فيجب أن يكون ثمّة ابداع واع للكلام. وإنّ تطوّر المشهد السمعي - البصري عالمياً يفرض انتهاج اليقظة المنتجة للتغيير فالتنافس شديد والسعي إلى شدّ انتباه جماهير المستمعين والمشاهدين هو اليوم أكثر من الأمس في صلب السياسات الاتصالية التي لا تستهدف بيع الترفيه فحسب عبر أصناف عدّة من البرامج التلفزيونية والإذاعية، المستهدف ثقافة الجمهور بكافة مستوياتها المتعدّدة والمتداخلة، وقد تمسّ الثوابت والجذور.

وأن عصر البث الفضائي فرض نفسه بلا مقدمات وسط تدفق إعلامي يتطلب السيطرة عليه، واكتشاف أن الوارد للمنطقة العربية ليس بحجم المتبادل بين العرب والغرب لأن العرب استطاعوا في القرن الماضي إلى حد ما أن يسهموا بجزء

كبير في صناعة هذه الثورة الإعلامية، وذلك عن طريق إدراكهم السريع لأهمية الإعلام وخطورة الدور الذي يؤديه في التأثير على المجتمعات ومع الأسف أن نجد العرب اليوم يعيشون على الهامش وبدون مبالاة على الرغم من توافر القدرات العلمية والتكنولوجية. في حين تمكن العرب منذ بداية القرن التاسع عشر من أن يدخلوا غمار المعركة الإعلامية عن طريق الصحافة، فضلاً عن امتلاك دور النشر العربية أحدث الآليات الطباعية في البداية حتى تمكنوا من امتلاك أحدث التكنولوجيا وتقنية الاتصال في وسائله المختلفة سواء كان على مستوى الصحافة والمطبوعات أو السينما والمسرح. ويجب ان يستوعب العرب اليوم معطيات الألفية في مجال ثورة الاتصال والعمل على استكمال الاكتفاء الذاتي في مجال الإنتاج الإعلامي وتوطين تكنولوجيا وتقنيات الاتصال.

ونقول بكل وضوح أن الاعلام العربي وبحكم سياسته الحالية قد فشل في تحقيق أي إنجاز في حده الأدنى يكفي أن نشير إلى قضية فلسطين والعراق سياسياً أو قضية التنمية والاقتصاد والتعاون المشترك اقتصادياً، ويبدو أن أقصى ما تتنافس فيه الفضائيات إعلامياً الآن هو من سيعرض مسلسل كذا أولاً، وبرغم وجود محاولات فردية من قنوات لها وزنها الإعلامي تعمل بقدر إمكانياتها ولكن تظل مجهودات فردية لا يمكن أن يكون لها وزنها وتأثيرها على مسيرة الإعلام العربي نحو خلق شفافية في الأوساط العربية.

ويعدّ الإعلام إحدى الوسائل الثقافية الفعالة في البلدان المتقدمة. وإن الذي تتجاهله النظرية التبسيطية لثقافة العولمة هو قدرتها وآلياتها على تنظيم الذاكرة الجماعية عن طريق السيطرة على المجال المعلوماتي وهذا الأمر هو ما جعل الكثير من الثقافات عرضة لحرب إعلامية أمريكية بكل ما للكلمة من معنى، لانه يركز النموذج الثقافي لمجتمع من المجتمعات على ذاكرته فإذا تركنا للآخرين مهمة تنظيم هذه الذاكرة الجماعية وقصرنا دورنا على الاخذ منها نكون قد ارتضينا لأنفسنا استلاباً ثقافياً، لإن المجال الإعلامي وسائر مكونات المنظومة الحضارية لا يزال يمثل الساحة الرئيسة للصراع، إذ تعمل القوى الرئيسة التي تحاول التحكم في العولمة محاولاتها الدؤوبة من أجل عولمة الثقافة والإعلام والتعليم والدين وسائر مكونات



المنظومة الحضارية التي نريدها أن تحتفظ باستقلالها خارج دوائر وقيم سياسة السوق العالمية، وبروز أمريكا القطب العالمي الوحيد الذي نتج عنه متغيرات بالغة الأهمية أصبحت هذه المتغيرات هي السائدة وبدون منازع وفي مقدمة هذه المتغيرات الآتي[1]:

١- بروز أمريكا قوة وحيدة تقود العالم بعدّها القطب الوحيد.

٢- سيادة الفكر والاتجاه الليبرالي تقوده الشركات المتعددة الجنسيات والبنك الدولي وصندوق النقد الدولي باسم العولمة ومنظمة التجارة العالمية التي تحمل في مضمونها قيم المساواة إلا أن أمريكا القطب الوحيد أخذ يتحكم في مفاصلها .

٣- بروز الثورات الثلاث كحقائق موضوعية وهي :

- ثورة الاتصال والإعلام والمعلومات .
- ثورة الديمقراطية وحقوق الإنسان .
- ثورة التقنية والتكنولوجيا .

ولاتكمن صعوبة او خطورة موقف الاعلام العربي من القضايا العربية، فقط في انشاء الفضائيات، لانه الأمر الأسهل لأنه يتطلب المال فقط والمال موجود لدى العرب لكن الأمر الأصعب هو البحث عما سنبثه من الفضاء أي ما سنقدمه من برامج.

ولهذا يتوجب إيجاد إرادة عربية تنطلق من الإصرار بحتمية المواجهة الاتصالية بعدّها السلاح الوحيد لهذا العصر الذي اختزل العالم كله إلى قرية كونية، وجعل هذه الأمة قادرة على استخدام أدوات العصر لإحباط كل تلك التي تسعى إلى طمس الهوية العربية الإسلامية تقييم وتحليل واستيعاب مضامين الحملة الغربية وبالذات الأمريكية الموجهة ضد العرب ومن أجل القيام بالدور المطلوب فلا بد من القيام بالأدوار التالية[2]:

---

(١) د.يحيى اليحياوي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٨١.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص٨٥.



١- إبراز الدور الحضاري للأمة العربية، وتحسين الصورة العربية في ذهن المواطن الأجنبي.

٢- فضح الاتجاهات الأمريكية الساعية للهيمنة على مقدرات الأمة العربية والإسلامية.

٣- توضيح القضايا العربية ومنها قضية الحضارة العربية والإسلامية المعادية للإرهاب.

٤- الاهتمام الواسع بالحوار مع الغرب على أساس الاحترام المتبادل وعلى قدم المساواة بعدّ الحوار المطلوب هو الاعتراف بالآخرين وليس الحوار بالمعنى الذي تريده الدوائر الأمريكية.

٥- توفير مراكز للمعلومات التي تعتمد في الأساس على مقومات وهوية الأمة وكل معطيات العصر والتراث الإنساني كقاعدة للانطلاق من أجل التعامل مع العالم.

٦- توفير الكوادر العلمية المؤهلة والقادرة على التعاطي مع ثورة الاتصال والثورة العلمية وإيجاد مؤسسات تختص في مجال الإنتاج البرامجي للإذاعة والتلفزيون إضافة إلى صناعة الأفلام وذلك لمواجهة تكنولوجيا الفضاء والبث الفضائي وآفاقه المستقبلية وتوليد المعرفة والابتكار.

ولابأس بما تمر به الثقافة العربية الراهنة، لاسيما ما أثر على فاعليتها في شتى ملامح الحياة الثقافية والعلمية والاعلامية، أو الابداعية، "فالثقافة عند جميع الأمم معرضة للقوة والضعف، والتقدم والتأخر، والتأثر والتأثير" كما أشار الى ذلك محمد الحارثي، والذي دعا القائمين على وسائل الاتصال العربية الى: "اعادة صياغة الثقافة العربية عن طريق استنهاض عناصرها المهيمنة، ووضع استراتيجية تواجه بها دعوة العولمة الثقافية، فاذا ما تحددت ملامحُ "عوربة الثقافة" وكانت من الوضوح بمكان، فان ذلك سيتيح لنا الاطلالة الواعية على العولمة، وتحتاج "عوربة الثقافة" الى انعاش الحس القومي والاسلامي أولاً، ثم الانفتاح على المنجز الغيري



وفق شروط التأثر والتأثير، التي من أبرزها الحاجة الى بعض معطيات الآخر لتوسيع نظرتنا الى الحياة[1].

فالانتقال بالإعلام التلفزيوني من الدائرة القطرية إلى الدائرة القومية ثم إلى الدائرة العالمية ومن الأرض الى الفضاء، يلزمه الكثير من تبديل السياسات الإعلامية، وتبديل اللغة الإعلامية، والعقل الاعلامي، والاعتبارات الثقافية للمتلقي الجديد، هذا إذا كنا نريد أن يكون لنا إعلام حر. بمعنى أن المتلقي التونسي أو الأردني أو اللبناني لا يخاطب بنفس اللغة الإعلامية التي يخاطب بها المتلقي الاجنبي لاعتبارت كثيرة منها المستوى الثقافي ونسبة الأمية ودرجة الاتصال بالآخر، ولكن **الإعلام العربي لم يلتفت إلى كل هذه الاعتبارات المهمة. وكل ما فعله الإعلام العربي أنه طوّر "الوسائل التقنية" للإعلام، ولم يطوّر "الرسالة الإعلامية" ذاتها بما يتلاءم وعقل المتلقي الجديد الذي أصبح يملك مفاتيح الإعلام العالمي كله، وقد زالت الحدود، وأصبح المتلقي هو الذي يفرض ذوقه على الإعلام بعد أن كان الإعلام هو الذي يفرض رسالته على المتلقي.**

وفي الرد على الانتهاكات التي مارستها الدول الغربية ضد الثقافات والشعوب التي غزتها، وكتسويغ لعمليات التفاعل والتبادل الحضاري بين الأمم، ظهر مصطلح "حوار الحضارات" في مقابل نزاعها وصدامها، وتباينت حوله الطروحات، وكان من أبرزها أطروحة المفكر الفرنسي روجيه غارودي في سبعينيات القرن العشرين، وتتجسد في ضرورة الاعتراف بالآخر والانفتاح عليه مع ترسيخ قيم الانتماء والهوية، واذا كنا نعيش بالفعل في عالم مترابط يمضي باتجاه القرية الكونية، لابد من التأسيس لثقافة الحوار، وتجاوز تحديات عصر العولمة، وهي تحديات خطيرة بالفعل تهدد مستقبل البشرية جمعاء، يأتي في مقدمتها حماية الهويات الثقافية، مكافحة الإرهاب والتطرف والنزعات العنصرية، وردم الفجوة

---

(١) د. محمد الحارثي، ((العولمة والهوية))، ص١٩ وما بعدها. نقلا عن: مجموعة مؤلفين، ((قضايا الاعلام في ... مصدر سبق ذكره))، ص١٢٧.

الرقمية مابين الشمال والجنوب، وهي تحديات تفتح باب الحوار واسعاً أمام اسئلة جوهرية تتعلق باعادة هيكلة النظام الاقتصادي والاعلامي السائد، بما يخدم قضايا التنمية والسلم، ويضمن حق الاتصال والانتفاع للجميع، فكما كتب دويتش: "المجتمع المتناسق يتكون من أناس عرفوا كيف يتصل أو يتواصل بعضهم بالبعض الآخر، والحضارة بشكلها المعاصر تيسر الاتصال وتكوين المجتمع المتناسق"[1].

ويدّعي بعض المعلقين والكتّاب العرب، أن الصراع الخفي أو المُعلن بين الشرق والغرب، هو صراع حضاري، لا ديني. بينما هو في حقيقته صراع ديني- إن وُجد - لا حضارة لدينا الآن، تصارع الحضارة الغربية. ونحن منذ خمسة قرون إلى الآن، لم نُقدم للعالم وللبشرية فكرة مفيدة، أو اختراعا نافعا. ولم يبرز منا فيلسوف أو مفكر مؤثِّر، كما لم يظهر منا عالم، أضاف شيئاً جديداً ومفيداً إلى الحضارة الإنسانية. وما زلنا أمة "سحر البيان"[2].

ويعدّ الحكم الراشد في ادارة شؤون المجتمع والدولة عاملاً محدداً لنجاح التنمية الشاملة. ويوجد ارتباط بين الحكم الراشد والتنمية المطردة. فقد عدّ البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة أن الحكم الراشد والتنمية البشرية المطردة صنوان لا يمكن فصل الواحد منهما عن الآخر. فلايمكن أن تتحقق التنمية البشرية في غياب حكم راشد. ولاتقتصر الاصلاحات السياسية ومفهوم الحكم الراشد على الحكومة، ولكنه يشمل ايضاً القطاع الخاص والمجتمع المدني. ويتعلق مفهومه بمباشرة السلطات السياسية والاقتصادية والادارية في ادارة شؤون المجتمع والدولة على المستويات التي تمكّن الافراد والجماعات من التعبير عن حقوقهم والتمتع بها واداء التزاماتهم وتسوية خلافاتهم ولذا فإن مفهوم الحكم الراشد يركز على بناء

---

(١) د.تهامة الجندي، ((الاعلام العربي، قلق الهوية- وحوار الثقافات... مصدر سبق ذكره))، ص٣٠ص٣١.

(٢) د.شاكر النابلسي،((اية حضارة يريد العرب شرقية أم غربية أم كليهما معاً؟))، جريدة المدى، صفحة آراء وافكار، الجمعة١٨/٧/٢٠٠٩م. http://www.almadapaper.com



او تحسين القدرات على مستوى الهيئات التشريعية والتنفيذية والقضائية وعلى مستوى الحكم المحلي وعلى مستوى منظمات المجتمع المدني وعلى مستوى القطاع العام والخاص، المشاركة والشفافية ومن اهم مقومات الحكم الراشد المشاركة والشفافية والمحاسبة وحكم القانون والفاعلية والإنصاف.

وعلى الرغم من كل المشاكل التي يعانيها وطننا العربي لسنا أمة بلا أمل ويمكننا أن ننهض لنأخذ دورنا بين الأمم وذلك عن طريق التشجيع وليس الإحباط والتركيز غير المبرر على سلبيات الحياة، ناهيك عن الدور الرهيب الذي لعبته بعض القنوات في نشر الفتنة الطائفية عبر إذاعة الإخبار بشكل مبرمج، اذ يتم التركيز على طائفة القاتل أو القتيل لإثارة الأحقاد وهو ما حصل خصوصاً في تغطية إخبار العراق[(1)(1)].

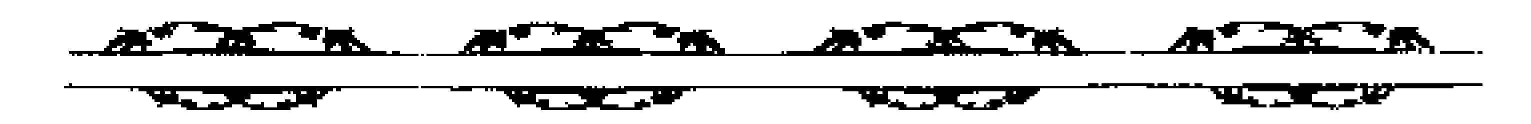
طريقة عرض برامج الفضائيات

تمكّنت قناتي الجزيرة والعربية من أن تُفرز طبقة جديدة من النجوم الإعلامية التي راحت تُمارس سلطتها في الساحة العربية الإعلامية، لاسيما مقدّمي البرامج الحوارية الذين روُجت لهم القناتان بطريقة لافتة، إن كان عبر اعتماد شخصنة البرنامج، أو تحويل صورة المقدّم نفسها إلى علامة للبرنامج، فمثلا برنامج "بلا حدود"، يقدمه "أحمد منصور" منذ عشر سنوات مستمرة، حتّى وإن كان هناك فريق متكامل الإعداد يعمل خلف الكواليس، لكنّ نادراً ما يعرف عنهم المشاهدون شيئاً. وتعدّ "الموضة" الجديدة في القناتين، ان يقوم المقدم بالاعلان عن برنامجه، ويعدّ هذا الاسلوب من الاساليب الاعلانية، فيتولى "احمد منصور" في الاعلان عن برنامجيه "بلا حدود وشاهد على العصر"، وفيصل القاسم يعلن عن برنامجه "الاتجاه المعاكس"، واعتمدت العربية على "طالب كنعان" في الاعلان عن

---

(١) مدونة مقالات الدكتور محسن الصفار ماهي اخطر البرامج على القنوات الفضائية ؟
http://www. Jeeran Blogs.mht .

(٢) مدونة مقالات الدكتور محسن الصفار ماهي اخطر البرامج على القنوات الفضائية ؟
http://www. Jeeran Blogs.mht .



برنامجه "حوار العرب"، ويكاد يكون هو المذيع الوحيد في القناة الذي يقوم بتقديم جلسات الندوات الخاصة بالقناة، وايضاً يعلن تركي الدخيل عن برنامجه "إضاءات"، و"نقطة نظام" مع حسن معوّض. ولم تحصل تلك الفئة على أي تكرار في قناة النجاح لان مقدم البرنامج اشبه بالمذيع، لاتوجد لديه أية مشاركة في البرنامج سوى تقديم الضيف، ويكون غير موجود في بعض الحلقات.

ويمكن لأساليب وسائل الاتصال أن تحدث التأثير المضاعف عن طريق فنون إنتاجها وإخراجها وتحريرها في وسائل الاتصال لاسيما عندما توضع آليات دقيقة لتنفيذ هذه الإستراتيجية. فمثلا عندما ترتكز برامج الحوار على مشاركة وجهات نظر الجمهور العربي، فقد عمدت "الجزيرة" إلى تخصيص في برنامج "بلا حدود" مكالمات على الهواء مباشرة عبر الهاتف لتوجيه انتقادات للقادة العرب، والأوضاع الراهنة وهو أمر لم تفعله "العربية"، التي اتسم نهجها بالميل إلى الاعتدال السياسي والتبني النسبي لمواقف الدول العربية المهيمنة على مصادر تمويل الإعلام العربي ولاسيما البث الفضائي. وقد استضاف البرنامجان في قناتي العربية والجزيرة شخصيات سياسية كبيرة، واستخدم الأسلوب التفاعلي فضلاً عن المقابلة كالهاتف والفاكس والبريد الإلكتروني، وتحدث فيها عدد كبير من الضيوف والجمهور في الأستوديو، وتحدث مواطنون في التلفزيونات عن قضايا سياسية واجتماعية وأحداث وقضايا مختلفة. مثلاً أننا نجد أن الاتصالات الفردية في برنامج "بلا حدود" تحمل ملامح شبه متقاربة في كل قطر على حدة وتقارب في قطر آخر يتنافى مع افكار قطر عربي آخر فهناك ملامح التشدد واضحة تأتي من قطر وملامح التسامح من قطر آخر، واللافت في هذه البرامج أنه يمكن الحكم على معظم المتصلين عن طريق لهجاتهم العامية وأسلوب استخداماتهم للعربية الفصحى في الكلام بأنهم من الطبقات الدنيا والمتوسطة. إذ أصبح المواطن العادي يملك المعلومات من وسائل الاتصال جميعها وبسهولة فائقة، ولم يعدّ يتميز عليه المحللون والمسؤولون الرسميون والصحفيون بشيء يذكر، ولم يكن ثمة فرق كبير في التحليل والتقدير بين المحللين الذين تستضيفهم الفضائيات وبين المواطنين العاديين

الذين يتابعون الأحداث والأنباء بالمستوى والشمول نفسه الذي يتابعه هؤلاء الخبراء، فهناك ارتقاء في الوعي السياسي لدى شرائح واسعة من الناس بدأ يظهر بوضوح، وتم اكتساب قدرة مشابهة لإصدار أحكام واتخاذ مواقف سياسية واضحة لم تكن ممكنة في السابق. ومن جهة أخرى تُسهم الاتصالات من الجمهور في دفع الموضوع باتّجاه يرضي القيّمين على البرنامج، لأنّه بغضّ النظر عمن يتصل بالآخر، المحطة أو المتدخلون أنفسهم، إلا أنّ المحطة تبقى هي الممسكة بآلية هذه الاتّصالات، فيستطيع مقدم البرنامج او المخرج قطع الاتصال في معظم الاحيان، اذا كانت رؤية المتصل لاتتوافق مع رؤية القناة.

أما في برامج اخرى فتدور مناقشات أكاديمية رصينة حول موضوعات تتعلق بمجالات الحياة جميعها، ومناقشات سياسية مصحوبة بمشاركة المشاهدين ومواجهات حول موضوعات حساسة وقضايا خلافية. ويتم في هذه البرنامج تشجيع الجمهور داخل الاستديو على تقديم وجهات نظرهم وتعليقاتهم التي غالباً ما تكون قاسية وغير مهادنة.

ويعرف الحوار بأنه: "تفاوض يهدف الى حلّ صراع ما، والهدف عند كلّ طرف هو اقناع الآخر بصحة موقفه، ويجب أن يُفضي النقاش بالضرورة الى قرار مشترك يترجم بالتزامات شفوية أو مكتوبة. وهناك نوعان من التفاوض في الحوار: الجدلي والتعاوني"[1].

ويعدّ التفاوض الجدلي هو الشائع على الشاشات. ويكون نتيجته صفر، فما يربحه طرف يخسره الآخر، وهو يحصر الحوار في منطق التصعيد والثأر، ولا يعرف الا قاعدة واحدة، وهي قانون القوي. والأطراف الموجودة لا يمكنها الا أن تكون متناقضة، وكي ينتصر احدهما على الآخر يجد نفسه مضطراً الى استعمال حجج فيها دعاية أكثر مما فيها نقاش، مثلما يحدث في برنامج "الاتجاه المعاكس"[2].

---

(١) د.نهوند القادري، ((قراءة في ثقافة الفضائيات... مصدر سبق ذكره))، ص١٦٢.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص١٦٣.

"ويتخذ الاعلام البديل آلية التفاوض التعاوني "ليس هناك غالب ولا مغلوب هناك المعنى فقط"، وهي عبارة عن لعبة مجموعها متنام، لأنّ مجموع النتائج التي يحصل عليها كلّ من المحاورين نتيجة اللقاء هو أعلى مما كان يمكن أن يحصل عليه المنتصر الوحيد في حالة امّا كلّ شيء أو لاشيء، ولا سيّما أن التفاوض قادر على أن يُفضي الى حلّ للاختلاف. وتصبح الأطراف الموجودة قادرة على التحول الى شركاء، وتأخذ نتيجة التفاوض شكل الاتّفاق وليس الاملاء". ويشترط نجاح التفاوض التعاوني مداراة الحساسيات والانتباه الى الطرف المحاور وعدم دفعه الى أن يفقد "ماء الوجه" أمام ممثليه أو مراقبيه، وتشجيع التسامح والابداع الذي يسهّل البحث عن حلول نافعة، وأن يكون المحاورون متمكنين من معلوماتهم عن الموضوع، اذ لا شيء أخطر على "الحوار في الاعلام البديل" من الاّ يكون لدى أحد المحاورين رؤيا ومعلومات صحيحة عن الموضوع، ويشترط أيضاً أن تكون هناك استقامة فكرية".

ويظهر عدم حياد طريقة الإعلام الاستطلاعي، إذ أنّه يصوّر الرأي العام في لحظة معينة من دون أن يقدّم عناصر تفسير لفهم ماقبل أو ما بعد هذه اللحظة، لذلك تصعب عليه مسألة تقويم نضج الأفكار حول موضوع معين. من هنا يمكننا القول إنّ اللحظة التي يتحقق فيها الاستطلاع هي غير ذات معنى، لأنّ الأفراد يكوّنون آراءهم مع الزمن بطريقة معقدّة جداً تبعاً لمنطق لايخضع للأحداث فقط، يتبين لنا ان البرامج تصنع رأياً عاماً خاصاً بها، وتعدّ المنفعة العلمية من هذه الاستطلاعات معدومة.

وهناك طرق سخرية في تناول موضوع السياسة، وعلى الرغم من انها عرضت بشكل فكاهي جذاب وطرح جديد، ويجذب الجمهور، ولكن الحرية الاعلامية شيئ وتحريك الراي العام المحلي والعربي بمشيئة القنوات الاخبارية وتشكيك الشعوب بحكامها والاستهزاء وتخوين الرموز الوطنية والقيادات، والتقليل من شان الانجازات لاي حكومة وتصويرها بالطريقة التي تريدها ادارة القناة والجهة التي تتبعها امر غير محبذ ينذر بعدد من المشاكل السياسية



والاجتماعية التي نحن بغنى عنها وبالعكس فاننا بحاجة الى ايجاد الوفاق والوصول الى مجتمعات اكثر ازدهاراً عن طريق تكاتف كل الجهود.

فقد أُفرغ الخطاب السياسي الحديث من محتواه، لأنه استبعد أية إمكانية للاحتجاج، لابسبب القمع، انما لأنّه فارغ من المعنى. "فأصبحت الجمل توحي أكثر مما تبرهن. ولا يبحث عن إقامة اتّصال فعلي، بل انّه يوصل القرار ويفرضه. فتكون أمام لغة مختصرة وظيفية وموحّدة، وهي لغة الفكر الأوحد"[1].

"ويكرر فيه لفرض التملص من المشاكل الحساسة، وبهذا يصبح الكلام فيما يخص رجال السياسة وسيلة لإخفاء تفكيرهم، ولإسكات الآخرين مستغلين بلاغة معينة"[2].

فأصبح الامساك بالاعلام "كشفاً" يتم عبر امساك الآلية المتبعة في برامجه، وتترجم على الشكل التالي: "التشكّل العام الذي يرد فيه خطاب البرنامج، لأنّ الخطاب هو تشكّل كلّي لا مجموع عناصر منفصلة، انّه النتيجة التي يتمخض عنها تداخل العناصر في وضع معين"[3].

ولايعني تلافي تحليل كلام الضيوف كلّ على حدة، اغفال الدور الذي قام به كلّ منهم على صعيد تشكّل هذا الخطاب، لأنّه ليس هناك من عمل اتّصالي يحدّد الضيف بالكامل مسبقاً، فعملية اختيار من سيتكلم تحدّد المتكلم جزئياً، اذ يبقى للمتكلم هامش من المناورة ليتسنى له تحقيق مشروع كلامه الشخصي، فهو بامكانه أن يختار طرق التعبير المناسبة مع رأيه، ولاسيما اذا كان البرنامج تسجيل، مثل "برنامج حوار العرب"، وليس بثاً مباشراً.

---

(١) Jean-Marie Cotteret, Gouvernants et gouvernes (Paris: Presses universitaires de France (PUF), 1973), pp. 58-66.

نقلا عن: د.نهوند القادري عيسى، ((مصدر سبق ذكره))، ص١٥٨.

(٢) المصدر السابق نفسه، ص١٦٦.

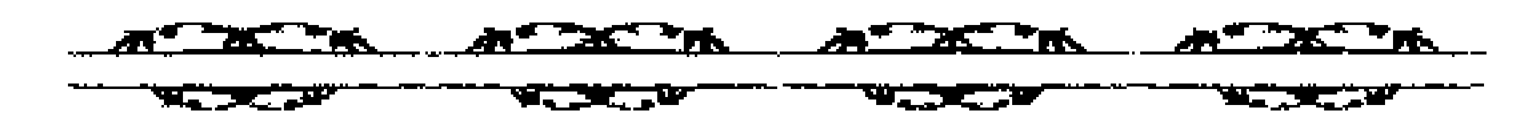
(٣) المصدر السابق نفسه.



ولذا وجب ان يكون المقدم محايداً وموضوعياً، وهنا نقول انه من الصعب الجزم بموضوعيته وحياده، وهو يقوم بتحديد الموضوع وعناصره، ولاينجح في الادارة الناجحة للحوار مالم يكن فاهماً للموضوع، ولايغني الاعداد الجيد، بأن يعلم كل شيء عن الموضوع. اذن لن تستطيع الباحثة الحكم على الحيادية والموضوعية، فتناولت في هذه الفئة سمات كل مقدم للبرامج الثلاثة "عينة البحث" والاخطاء التي تعرض لها كل مقدم اثناء تقديمه الحلقة، ولم تعطِ مقدم قناة النجاح أي تكرار، لان دوره شبه معدوم، يقتصر على تقديم الضيف وانتهى الأمر.

يتمتع مقدمي بعض البرامج، بقدرة على الحوار تميزها سعة الاطلاع، وقد تنسب لخلفيتهم الصحافية. ويعاب على بعضهم الهدوء المبالغ فيه والتكرار عند شرح موضوع الحلقة، وان كانوا يتميزون بالمقدرة على الاستماع، وهناك شبه إجماع على أن المستمع الجيد في برامج الحوار يعدّ محاوراً جيداً، وتميزوا ايضاً باحترام واضح لضيوفهم. وقدمت برامج جادة ناقشت وحللت قضايا حساسة يتناولها متخصص، وميزتها الحياد في التقديم وإدارة الحوار، **"وتركيزه على المعلومة يفوق التركيز على الرأي"**، وملامسة مواضيع لم يكن من الممكن التعرض لها أما لمحاذير سياسية أو اجتماعية. إلا أن بعض البرامج يؤخذ عليها انها ليست مصدر خبر، فنادراً ما تسرب عبره معلومة أو تخرج وسائل الإعلام بخبر نقلاً عن حلقات البرنامج، واحترمت اكثر البرامج عقل المشاهد بقدر ما احترمت خبرة الضيف، وسقف الحرية به واقع ملموس، يميزها ما لا يستهوي "رجل الشارع" ألا وهو الحرية المسؤولة، قد نختلف مع ما يقال، لكنها لا تستفز.

اما البرامج **"التركيز على الرأي أكثر من المعلومة"**، عكس البرامج السابقة، ولعلّ الميزة الأبرز لهذه البرامج، حيويّة الشباب الطاغيّة عليها، باستضافة نماذج من الشباب العربي في الأستوديو، وإشراكهم في التصويت المباشر على بعض الأسئلة، وإفساح المجال أمامهم للإجابة عن بعضها أو التعليق والتعقيب على آراء ومواقف الضيوف الرئيسين، وكأنّها تودّ أن تكون المائدة التي تلتقي حولها الأجيال بغية التداول والنقاش حول مشاكلهم. وما يزيد من غنى هذه البرامج



وحيويّتها، وجود التقارير الصحافيّة المصوّرة، واستطلاعات الرأي المعنيّة بموضوع كلّ حلقة، والتي غالباً ما ترصد آراء الشباب خارج الاستوديو. ولكن، ثمّة نقاط ضعف تعتري البرامج.

الأساليب المتبعة في برامج الفضائيات العربية

أن أسلوب النقاش والتحليل وطرح الآراء، يقوم به المحاور بدور رئيس في طرح الأسئلة والأفكار التي تدفع المشتركين في المناقشة الى تناولها بعمق. وتعدّ برامج المناقشات من أفضل الوسائل وأكثرها تأثيراً في معالجة الموضوعات بجدية، وتقديم وجهات النظر المختلفة للوصول إلى حلول واقعية أو محتملة حول مشكلة معينة. وأن الوظيفة الأساس للمذيع أدارة المناقشة من أولها إلى ختامها، فيقوم بتقديم مناسب، ومن ثم البدء بطرح الاسئلة، ويتدخل في الوقت المناسب عند الخروج عن الموضوع الاساس[1].

إن التركيز على القضايا والأفكار والمشاكل التي كان من الصعب إذاعتها مباشرة على الهواء بواسطة وسائل الإعلام العربية أصبح تجربة حقيقية للكثيرين في العالم العربي، وعلى الأقل في هذه الصيغة غير المباشرة، مثل انتقاد سياسات الدولة وفساد الحكومة والدعوة إلى تغيير سياسي واجتماعي فضلاً عن المطالبة بحرية الكلام. إذ لم تعدّ وسائل الإعلام في يومنا هذا مجرد مصدر للأخبار أو أداة للترفيه، بل أنها أضحت تسهم بشكل كبير في صياغة الآراء والقيم، كما يمكنها تعبئة الرأي العام في اتجاه هي تريده بالذات، ولاسيما إذا ما تعلق الأمر بالشباب الذي يستمد معلوماته بشكل أكبر من الانترنت، ومن القنوات الفضائية، ويعتمد عليها في تكوين مواقفه السياسية. وربما ليست السلطة الإعلامية أمراً جديداً، بيد أن شبكة الاتصال اليوم، جعلت العالم مفتوحاً وبلا حدود في تناقل المعلومات ودائماً ما يوصف القرن العشرين، والحادي والعشرين

(١) د.محمود شلبية، ((الحوار والمحاورة في البرامج التلفزيونية))، مجلة الإذاعات العربية، ٤/ ٢٠٠٦م، ص٢٤ص٢٧.

بأنهما عصرا التكنولوجيا والاتصال، ولكن هذه القرية الصغيرة مكونة من عدد غير محدود من الثقافات.

أما اسلوب إعطاء المعلومات في موضوع ما ربّما لأهميته السياسية أو الاقتصادية أو الصحية، فيقتصر الحوار على المختص، ويركّز على استباط معلومات من الواقع تسهم في تقديم خدمة عامة للجمهور، وتحتاج في الغالب إلى تعبيرات علمية وأرقام قد لاتعيها الذاكرة، ولهذا يجب ان تعرض مكتوبة[1].

ومن الضروري في الوقت الحاضر التركيز على منظومة القيم لنوضح أن الأزمة الحالية لن يتم حلها بحلول آنية هنا وهناك، فالإشكالية المركزية كيف يمكن أن يتعاطى العالم العربي مع منظومة القيم؟ وكيف توظف هذه المنظومة من قبل دول الغرب وفي مقدمتها الولايات المتحدة الأميركية؟ لان الأزمة أزمة قيم استحكمت العالم وقادت إلى تحول ترافق معه انتقال مفاجئ، انقلب بمقتضاه "سوق العالم" إلى "عالم السوق" الساري بكل الحدود الوطنية، والقومية، والقارية. ولعل تقرير "التنمية الإنسانية العربية" جاء ليطرح على العرب سؤال المصير: إذا أردنا عالماً يملك "السوق" فأين نحن في هذا العالم فكراً وفعلاً وقدرة ومشاركة؟ وإذا قبلنا بسوق يملك هو " العالم " فأين نحن في هذا السوق موقعاً ودوراً وتوجيهاً ؟! اي باختصار : أين نحن ؟![2].

وهنا ينبغي أن نميز بين مستويين، مستوى التعاطي الأول المتعلق بالدول العربية، فالتخلف الذي تعانيه الدول العربية هو تخلف ثقافي قبل أن يكون تخلفاً اقتصادياً واجتماعياً، وأنه لا توجد ثقافة بدون منظومة قيم،

---

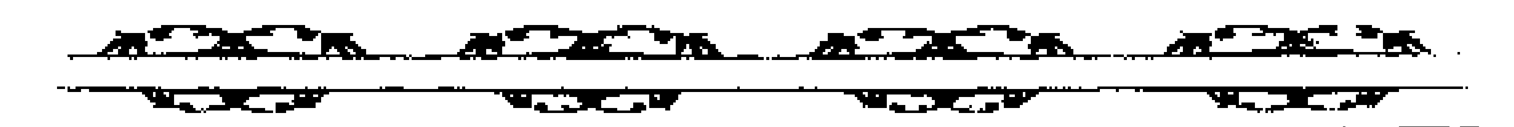
(١) المصدر السابق نفسه، ص٢٥.

(٢) تقرير التنمية الإنسانية العربية، ((مصدر سبق ذكره))، ٢٠٠٣م، ص٢١.



وطبعاً هنا يتم التنبيه إلى أن جزء من مشاكل العرب، أنها لا تتعامل أو لا ترغب في تحويل العلم إلى ثقافة إنما تتعامل مع العلم كتقنية أو كخبرة، فضلاً عن أن العالم العربي يتجاهل الدراسات المستقبلية، والتي ركزت على خيارات مفتوحة أمام العالم العربي، إما خيار بقاء الأوضاع كما هي وهذا خيار غير ممكن، أو خيار الإصلاح ولكن إصلاح له حدود والآن لم يعدّ ممكنا في العالم العربي، والخيار الآخر هو خيار القطيعة وهذا هو الذي يسير أو يتجه نحوه العالم العربي، لكن مع الأسف هذه القطيعة لن تأتي من داخل العالم العربي ولكن سيفرضها الآخر. وهذه الخلاصة تحيلنا إلى المستوى الثاني من الإشكالية المركزية وكيف يوظف الآن الغرب وفي مقدمته الولايات المتحدة الأميركية منظومة القيم كآلية للهيمنة والسيطرة على العالم، الآن الحرب أصبحت مظهرا للاستعلاء الثقافي، والغرب في مقدمته الولايات المتحدة* يشن حروباً على دول أخرى بدعوى الحفاظ على منظومة قيمه وفي هذا الإطار أصبحنا نتحدث عن القيم الكونية وهذا الحديث أضفيت عليه الشرعية عن طريق ما نسميه الآن أيديولوجيا العولمة، فالعولمة في الواقع هي أيديولوجيا لا تتم بالأبعاد الاقتصادية والاجتماعية فقط إنما تركز على الجوانب الثقافية أساساً، وهو أمر واقع اليوم ولعله يتعين هنا أن نستدل بما كان يردده المبدع الأمريكي والت ديزني ***Walt Disney*** :

* تمثل عملية استهلاك وسائل الإعلام والعمل والمدرسة النشاطات التي تسيطر على حياتنا. فتترك وسائل الإعلام اليوم تداعياتها في الحياة السياسية والاقتصادية والثقافية للشعوب، كما تستطيع إن تحدث ثورة في التنشئة الاجتماعية للشباب."فالطفل الأمريكي، مثلاً، يشاهد حوالي ٢٠٠.٠٠٠ عملية قتل اغتصاب واعتداء في التلفزيون بإنهائه مرحلة الثانوية. وهذا ما سماه اغتاسيو راموني "بالتلوث الإعلامي". وما يقال على الطفل الأمريكي يمكن قوله على أطفال معظم دول العالم لأن الصناعة التلفزيونية وصناعة البرامج والأفلام والرسوم المتحركة والإعلانات وغيرها من الصناعات الثقافية"الصناعات الإبداعية" تسيطر عليها مجموعة من الشركات المتعددة الجنسيات.



"إن تأملتم في عيني فإنكم سترون علم الولايات المتحدة يرفرف في كل موقع منها"، مؤكداً أن خطابه مبني على "قيم ومبادىء أفرزتها الثقافة الأمريكية التي تطمح أن تشاركها فيها كل شعوب العالم"(١).

وعلى الرغم من اتساع النقاش حول ظاهرة البث الفضائي العربي والآمال المرجوة منها، "فإننا نشهد تدويلاً للإعلام العربي، أي عملية تحويل الإعلام العربي إلى ملف تحت إشراف منظمات دولية ذات خلفيات اجتماعية وسياسية وثقافية واقتصادية مختلفة على نحو علني أو متستر. فتحول الإعلام العربي الى ملف يعني الجميع، ففي الماضي كان الغرب يهتم بما يبثه هو، أما اليوم فإن الغرب يهتم بما يبثه الإعلام العربي أيضاً*، ليس فقط ما يبثه العرب وما يبثه هو، وإنما آثار كل ذلك في الجمهور، الغربي والعربي، وهو مستوى جديد من التدويل، وهو معطى إيجابي، لكنه قد يفقد الإعلام العربي من الحرية الفكرية والمعرفية في تحديد مستقبله"(٢).

وتعدّ أحداث الحادي عشر من أيلول، وتقرير التنمية العربية ٢٠٠٣م، ومشروع إصلاح الشرق الأوسط الكبير ٢٠٠٤م، هي أهم المؤشرات لمقاربة تاريخية لتدويل الإعلام العربي، او شهادة ميلاد ظاهرة تدويل الإعلام العربي، وهو جزء من تدويل الواقع العربي. ويرمي التدويل الى استدراج الإعلام العربي الى المشاركة في تلميع صورة الحضارة الغربية(٣).

---

(١) Yves Etudes,La socie'te' Disney,un mode'le de"communication totale". نقلا عن: د.محمد قنطارة، ((منزلة الآخر في الخطاب الإعلامي في القنوات الفضائية العربية))، مجلة الإذاعات العربية، ٢٠٠٦/٤، ص٥٨.

* يمكن ذكر كتاب جون آلترمان: إعلام جديد سياسات جديدة من التلفزيون الفضائي إلى الإنترنت في العالم العربي، معهد واشنطن لسياسات الشرق الأدنى ١٩٩٨م.

(٢) د.جمال الزرن، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٤٦.

(٣) المصدر السابق نفسه، ص٢٤٩.

ويمكن أن نطلق على ظاهرة الفضائيات العربية مصطلح "مجمعات إعلامية" أكثر من كونها تجمعات إعلامية لرؤوس أموال في محاولة لوصف هذا النمو للقطاع الخاص في الإعلام الفضائي. التجمع حول مشروع يعني توافر أسس سياسية أو فكرية، أما المجمعات فهي توحي بالخلفية التسويقية والتي أساسها التبضع. ويمكن للمواطن العربي أن يشتري مايشاء من أي مجمع تجاري، كما يمكنه اليوم أن يشاهد ما يريد، أو ما يفرض عليه من دون تحريك ساكن مع تعدد القنوات. ويدير الإعلام العربي "أباطرة في الإعلام"، يتقلص عددهم ويزداد نفوذهم. كنا نأمل أن يتحول الإعلام العربي إلى إعلام تعددي ديمقراطي، لكنه تحول إلى إعلام تعددي على مستوى الملكية فقط، وذلك عن طريق امتيازات خاصة لمقربين، ويقى حال الإعلام العربي غير ديمقراطي سياسياً، فلا فرق بين سياسة تحرير قناة فضائية عربية عن أخرى[1].

ويتوجب تقديم نموذجاً مغرياً للتغير الاجتماعي عن طريق الإعلام الجماهيري، عبر تجمعات كبيرة من الجمهور، وعلى نحو متزايد عن طريق برامج التليفزيون الفضائي، وليس القصد انشاء مجتمعاً من المشاهدين فحسب، إنما مجتمعاً من المشاركين. يشاهد البرنامج الملايين، ويجب ان يكون ما يرونه له بعض التأثير على ما يفعلونه. مشاهدة الشيء نفسه أو الاستماع إليه لا يكفي، إلا عندما يجعل الجمهور يعمل في تناسق. إن التحدي الأكثر صخبا للسياسات العربية الذي تعرضه قناة "الجزيرة" وقناة "العربية" وغيرها من القنوات الفضائية هو الانتقال إلى ما بعد الفُرجة. وإن إقامة صلة شخصية مع الجمهور، أمر حيوي. وعلى القدر نفسه من الأهمية،

(١) المصدر السابق نفسه، ص٢٥١.

بطريقة تنمي إحساساً بالعضوية، والتليفزيون له مشاهدون، والسياسة لها مشاركون. وإلى أن يستطيع التليفزيون الفضائي العربي تحويل الأولى إلى الأخيرة، سيبقى أساسا أداة للتسلية لا آلة للإصلاح.

وقد طرحت برامج الفضائيات مشاكل كثيرة، وتستوجب جميعها علاج صعب وطويل لأن التراكمات كثيرة والحلول غائبة. فقد ارتكب أصحاب القرار أخطاء في حق أوطانهم وشعوبهم من نهب وفساد، فضاعت الثروات الطائلة على الحروب والاضطرابات والقرارات الخاطئة والمبادئ المستوردة والرشاوى .... والبرامج المنتجة إعلاماً لفظياً، تستضيف الشخصيات المعروفة، بحثاً عن آرائها، المرتكزة في غالبيتها على أحكام مسبقة، وينتقل الإعلام من وظيفة النقد الى وظيفة سرد آلي لوقائع وأخبار المجتمع، مع التكرار، اذ لم تعدّ هناك من رسائل، إنّما خطاب مفرغ من محتواه، ويجعل الكلام وسيلة لإخفاء التفكير، ولإسكات الآخرين، ومغيباً الشخصيات الفعلية.

"ولكن مع ذلك قد يكون بإمكان الإعلام الاسهام في بناء المجتمع، لكن وحده لن يستطيع خلق قيم وبنى جديدة ما لم تؤسس على أرض الواقع بالتعليم والتطوير الشامل لبنى المجتمع. ليس فقط من قبل الحكومات، وإنّما من قبل الأفراد، في ظلّ هامش من الحرية يَسَع الجميع، ليكون الجميع مشاركاً في صنع الرسالة، وليس مجرّد مستهلك لها، لأنّ الثقافة المسماة الثقافة الشاملة ذات الآفاق المتسعة، المتحقّقة بالاتّصال مع التجارب المعبّرة عن الحقيقة الإنسانية، أي، "الثقافة التي تبقى عندما ننسى كلّ شيء، لايمكن أن تبقى أو تترك أثراً إلا عبر ماهو متجذّر في الواقع، وما هو جوهري وذو وزن، والباقي ليس سوى أحلام يقظة متلاشية"[1].

---

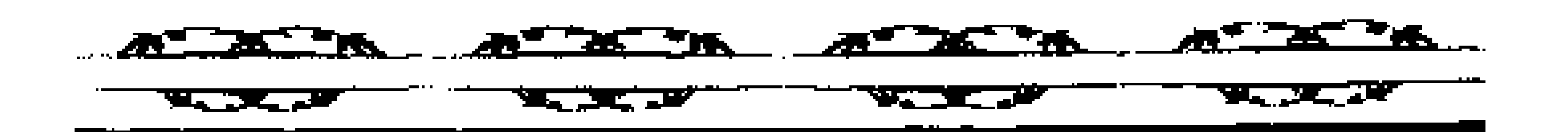
(١) دنهوند القادري، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٢٧.



ويحتاج البناء الى رؤى وجدول أعمال خاص بالمجتمعات العربية من "موضوعات، وأفكار، ومفاهيم، وأولويات"، تأخذ الفضائيات هذه المعاني، وتنتج منها مضامين الإعلام، وتعمل على الرُقي بها، وجعلها تحلّ محكان ثقافة اللامعنى السائدة في الفضائيات. وتتمثل عملية البناء هذه في فلسفة مردوخ، "أنّه يتعامل مع الأفكار، ويعلّبها في أشكال متنوعة تستجيب لحاجات المستهلكين المختلفة"[1]

ولو أردنا أن نبدأ بخطوة أولى في مجال المستقبل الإعلامي العربي، لابد من توفير قيادات إعلامية في كافة صوره تتسم بالبعد العلمي الأكاديمي في التخطيط والإنجاز، وتتشكل لغة تفكيرها في لوحة إبداعية من تجليات المنجز الأبتكاري العربي في صناعة الإعلام، وتتفانى في تقديس الحرية والمصداقية معاً.

(١) المصدر السابق نفسه، ص٦٣.



الخاتمة

ان ابرز مظاهر العولمة هي ظهور سلع غير ملموسة وغير متعارف عليها سابقاً كسلع وهي الأفكار ومنتجات أخرى لا تبدو في شكلها الخارجي كسلع تسمى "الصناعات الإبداعية". وفي مجالنا هذا، صناعة الأعلام. فاصبح التحدي الحقيقي اليوم امام الدول الصناعية قبل النامية هو مواجهة مضمون العولمة وليس أدوات العولمة الممثلة في أجهزة الاتصال الحديثة.

ومع أواخر عام ٢٠٠٨م وحتى منتصف عام ٢٠١٠م وصل عدد القنوات الفضائية الى ٦٣٢ قناة، ولكن مازالت صناعة المحتوى "المضمون" العربي التلفزيوني، أقل بكثير من حاجتها. ويعود الاختلاف في مضامين القنوات إلى عوامل مهنية وأيديولوجية، فقد سعت القنوات إلى تناول قضايا الوطن العربي بشكل نسبي، ولكن ذلك لا يعني الموضوعية، فطبيعة الأحداث المركز عليها دون غيرها وطبيعة الأشخاص المستضافين لإثرائها كلها مؤشرات توحي بأن هذه القنوات كانت تركز على موضوعات معينة. ويعود نجاح صناعة برامج معينة على الدوام لهامش الابداع والتمايز الثقافي الذي تشكله كل قناة.

وتحولت البرامج الى عملية اشهار للقضايا ودفعها للعلن بشكل استعراضي من دون توافر الامكانية لمعالجتها، ولكن المهم ان الاعلام العربي فتح ملفاتها واستعرضها. وعندما تخلت الدول الغربية عن وسائل الاعلام لم تتخل عنها الا بعد أن رسخت تقاليد مجتمعية وأخلاقيات مهنية وثقافة سياسية هي التي تراقب الاعلام وتثق فيه. وتخلي الحكومات العربية عن الإعلام عبر الضغوط الخارجية أو منح امتيازات خاصة في واقع متخلف، ستكون له انعكاسات سلبية مضاعفة على مستقبل تلك المجتمعات العربية، ولن توفر ملكية الدولة المطلقة لوسائل الاعلام أية فرصة لتحقيق التنمية البشرية، وليس هناك وصفة سحرية، بل ضرورة تحويل قضية الاعلام الى قضية وطنية وقومية شرطاً أولياً لامكانية تحقيق الاعلام البديل.



ويساعد الاعلام البديل "الصناعات الإبداعية" التنبيه الى السلبيّات، والتشجيع على تجاوزها من أجل تجنب المخاطر، ويجب أن يكون قادراً على تحقيق نقلة تاريخيّة نوعيّة حين يساعد على تحول الجمهور من مجرّد رعايا الى مواطنين. وتعدّ برامج الحوار حلقة جديدة في اكتمال العلاقة بين التلفزيون والجمهور، لان شعبا لا يستهلك قضاياه الواقعية القادمة عبر التلفزيون حتى وان لم تكتمل بعد وحتى وان لم تحظ بالإجماع التقريبي يعدّ شعباً متلبساً في صورة الآخر. وكان الجمهور لفترة طويلة الفئة المهمّشة، ولكن الإعلام البديل أتاح له المشاركة برأيه سواء من داخل الاستديو "اتصال مباشر"، او من خارج الاستديو عن طريق الهواتف، او البريد الالكتروني.

وتقوم فكرة "الاعلام البديل" "الصناعات الإبداعية"، بتغيير نمط البرامج المألوفة بأخرى جديدة وايجابية، وتدل المؤشرات كلها على أن العمل الإعلامي الهادف إلى التأثير في الرأي العام سيزداد أهمية. وهذا ما دفع بالمسؤولين في المجتمعات المتقدمة إلى اعتماد وسائل الاتصال المختلفة لتحقيق الأهداف الاستراتيجية عن طريق الرسائل الإعلامية، ومن المؤسف أن هذا الاقتناع لم يرسخ بعد بالدرجة نفسها في المجتمعات العربية، فالإعلام البديل يوضح الحقوق ويرسخ القيم الأساس ويغيير المفاهيم الاجتماعية المنافية للإصلاح والتطوير، ويستدعي الإعلام البديل الاجتهاد والتصور وسعة الخيال للخلق والإبداع. ويتشكل العقل الانساني الجديد بمنهجين: أولهما "التعليم"، والآخر وهو الأكثر هيمنة وتأثير "الاتصال الجماهيري" ولاسيما التليفزيون، ودوره في الوعي الجماهيري.

ولا يمكن تفسير ذيوع ثقافة ما بعد الحداثة في الفضائيات العربية بمعزل عن العولمة، وتتكون رأسمالية العولمة من الشركات المتعددة الجنسيات أو العابرة للقارات والمتحالفة مع البيروقراطيات الكوكبية الكبرى، وهي: البنك الدولي، وصندوق النقد الدولي، ومنظمة التجارة العالمية. وتقوم وسائل الاعلام بأداء وظائف عديدة لرأسمالية العولمة، فهي تقوم بتسريع توزيع السلع المادية عن طريق الاعلان،



وكذلك تعيد تأكيد الأيديولوجية المهيمنة أو بعبارة أدق "تخلق الطلب السياسي والثقافي لبقاء الرأسمالية.

ووفرت البرامج الحوارية صورة كاشفة عما يعدّه "الإعلام البديل" مسائل عربية حيوية "قضايا معاصرة"، مثل:"الديمقراطية، وحقوق الإنسان، وحرية الإعلام، والإرهاب، والبطالة، وواقع التعليم، والصمود والتصدي، وانتشار الإمراض، وثقافة الحوار مع الآخر، وتطوير الذات". وعلى الرغم من التطور في الحياة عامة، إلا إن موضوعات القضايا المطروحة نفسها، وتعبر عن مجتمع يكاد يواجه الهموم نفسها في البلدان العربية جميعها على المستويين الداخلي والخارجي، ومنذ زمن. والدول العربية التي تتقاسم قيما ثقافية مشتركة المفروض ان تتعاون فيما بينها سياسياً واقتصادياً، ونلاحظ في هذا الصدد إن المنظمات الدولية كالاتحاد الأوروبي حيث الدول الأعضاء تتوفر على أرث ثقافي مشترك، لها حظوظ اكبر للنجاح من تلك التي ينعدم فيها الانسجام الثقافي، ولابد من التأكيد إن مستوى الاندماج الاقتصادي في العالم له علاقة مباشرة بمفهوم التماسك الثقافي.

وفرض تطور تكنولوجيا الاتصال، كالانترنت والموبايل والقنوات الفضائية، انهاء حالة التعتيم الإعلامي العربي، وأسهمت في احداث حراك سياسي على المستوى الجماهيري في الوطن العربي، وانعشت المشاعر القومية لدى الجمهور ودعوات التضامن مع الشعوب العربية. لأن البرامج عكست الوضع الثقافي العربي الراهن فوق واقعي، ويقصد به أنه من صنع وسائل الاعلام التي تمنح الواقع الذي تقدّمه المصداقية، إذا كان المطلوب من الاصلاح هو التعددية داخل المجتمع السياسي الديمقراطي فقد ألغيت فكرة التعددية السياسية بالقضاء على برامج المعارضة. وهو ما حول، برامج الأحزاب الكبيرة التي بلغت درجة متماثلة في "الرياء"، إذ لا يستطيع المواطنون التميز بين الأحزاب لقوة اتحادهم وتماثلهم مما يصعب إمكانية التغيير الاجتماعي والإبقاء على النظام القائم نفسه ويحصل اندماجاً سياسياً.

تزامناً مع اطلاق مشروع اصلاح الشرق الأوسط الكبير للدول الثماني عام ٢٠٠٤م، وتقرير التنمية العربية عام ٢٠٠٣م. وقد عبر عن ذلك د.محمد عابد الجابري: "تكون الاصلاح الذي تريد الادارة الأمريكية اقامته في الشرق الأوسط أو قيامه فيه، لافرق، قد بدأ بالافساد، ليس فقط افساد ما كان موجوداً من اصلاح قائم أو منتظر، بل أيضاً بارباك وطمس الطريق الى الاصلاح الحقيقي".

وتستطيع وسائل الإعلام في كل مراحل التحول والتحديث الاجتماعي، وذلك عن طريق قدرتها على التأثير في سلوك الجمهور، هذا على مستوى المضمون، أما فيما يتصل بالتقنية الاتصالية فإن تصدير تكنولوجيا الإعلام كفيل بتحقيق النمو. ولكن وسائل الاتصال في بيئتنا العربية ليست علامة بدهية للحداث، إن الحداثة الحقيقية تكون في البدء سياسية، وبعد ذلك فقط، قد تكون تقنية.

واغلب البرامج اتخذت آلية التفاوض التعاوني "ليس هناك غالب ولا مغلوب هناك المعنى فقط"، وهي عبارة عن لعبة مجموعها متنام، لأنّ مجموع النتائج التي يحصل عليها كلّ من المحاورين نتيجة اللقاء هو أعلى مما كان يمكن أن يحصل عليه المنتصر الوحيد في حالة امّا كلّ شيء أو لاشيء، ولا سيّما أن التفاوض قادر على أن يُفضي الى حلّ للاختلاف. ويشترط نجاح التفاوض التعاوني تشجيع التسامح والابداع الذي يسهّل البحث عن حلول نافعة، وأن يكون المحاورون متمكنين من معلوماتهم عن الموضوع، اذ لا شيء أخطر على "الحوار في الاعلام البديل" من ألاّ يكون لدى أحد المحاورين رؤيا ومعلومات صحيحة عن الموضوع، ويشترط أيضاً أن تكون هناك استقامة فكرية.

ونستطيع ان نختم بالقول، ان الكل مستفيد من ظاهرة الفضائيات العربية، الحكومة والمعارضة والجمهور على السواء، فتشهر الحكومات التقنية الفضائية المكتسبة دليلاً حيوياً على مواكبتها للحداثة وانفتاحها السياسي والثقافي، وكذلك المعارضة التي كانت لا تجد منبراً لكلماتها وأفكارها حصلت بدورها على أداة تعبيرية فاعلة، إذ يصبح الشأن العام مدار نقاش شفّاف، ومفتوح أمام الجميع، فتتبع القنوات الفضائية بأغلبها السلوك الإعلامي الغربي، المتحرر من

أجهزة السلطة، وهذا سوف يؤمّن للجمهور تدريباً ديمقراطياً مما سيكون له دور ايجابي على صعيد تمتين الإحساس بالمواطنة والانتماء والمشاركة في صياغة وبلورة الأفكار وقضايا الحياة اليومية التي يعجّ بها العالم العربي، وتتبنى هذا الخطاب المتفائل إلى حد ما شريحة واسعة من المثقفين العرب الذين يربطون بين تزايد الفضائيات وتراجع الرقابة، كما أن الثروات النفطية الكبيرة "دول الخليج" تمثلت في شبكة من احتكار الفضائيات يتكافل فيها، الربح والنفوذ السياسي، وترتّب عنها آثار سلبية أبرزها سيطرة قوى سياسية معيّنة على وسائل الاعلام تنقل وجهات نظرها الى الجمهور في الوقت الذي تغيب فيه وجهات النظر الأخرى مما يؤدي الى تراجع مفهوم التعدّدية ودعم فكرة الاحتكار.

وتعدّ البرامج الفضائيات العربية بمثابة وثائق عن مرحلة يعيش فيها المجتمع العربي، تساعد في سبر وفهم الذهنية العربية، مما قد تؤدي الى تغييرات عدة منها ان اهتمام المواطن العربي لم يعدّ اهتماماً داخلياً قطرياً ضيقاً، وإنما اتسع ليشمل تعّرفاً على مجالات وقضايا عربية لم تكن داخلة في حيّز اهتماماته. فقبل عصر الفضائيات كانت اللهجات العربية تزيد من التباعد بين الأقطار العربية بسبب قلة البرامج التي يتابعها المواطن العربي في تلفزيونه الأرضي مما جعل من اللهجات عائقاً، لقلة الاعتياد، إلا أننا نشهد اليوم، وان كان الأمر في بداياته ولادة لهجة عربية واحدة بعد اختلاط اللهجات على الفضائيات، لانه في فضائية واحدة، هناك جنسيات مختلفة لمعدي ومقدمي البرامج، فيجتمع السعودي، والمصري، واللبناني، والعراقي، والجزائري ...الخ. كما أضحت الموضوعات التي تتناولها تتألف من القضايا المختلفة التي يتعرض لها الوطن العربي، مما يعني ان الفضائيات سوف تخلق مفهوماً عملياً للعروبة غير ذلك الذي ارتبط بالقومية، وهو مفهوم جديد ما زال في طور التبلور. واللافت للنظر أن الولايات المتحدة الاميركية تقوم بدراسة وقع هذا المتغير من قبل مجموعة من الدارسين من امثال جون الترمان الذي يرى ان الفضائيات العربية تقوم بدور واضح في توليد موجة عارمة من المشاعر المناهضة لها.



ولكن في نهاية المطاف وكأنه لم يحصل شيء، حتى في موضوعة التنمية وإن كان بشيء بسيط، فهناك حلقة مفقودة بين البث الفضائي العربي وبين أي أثر ممكن على التنمية، ليس هناك أي دليل على أنه الفضائيات العربية أدت إلى زيادة عجلة التنمية ولا حتى زيادة عملية التفاعل على مستوى الجماهير، لقد أحدثت الفضائيات العربية نوعاً يمكن أن يطلق عليه وحدة الشعور، وإعادة توحيد الشعوب العربية ليس فقط داخل المنطقة العربية، ولكن أيضاً المجتمعات المهاجرة كلها، هذا هو الأثر المباشر، لكن هذا ليس أثراً تنموياً، ويتمثل الأثر التنموي في شعور المواطنين العرب بالمواطنة ثم حقوق وواجبات وليس انتماءً ثقافياً فقط.

وما أحاول أن أصل إليه هو أن هناك طريقاً آخر ويسمى "الإعلام البديل"، أو بث الخدمة العامة، فهناك حديث كثير عن بث القطاع العام، سواء البث المحلي أو الفضائي، لكن ما هو مفقود هو بث خدمي عام متحكم فيه بطريقة مستقلة، وينظم بطريقة تضمن التنوع الذي يحتاجه الجمهور العربي للتعبير عن احتياجاتهم وآمالهم وغير ذلك، ويدار هذا البث العام بطريقة مستقلة يمكن أن يضيف بعداً جديداً للثقافة العربية.

وختاماً نستطيع القول أن برامج الفضائيات، تعدّ بحد ذاتها منتجاً ثقافياً في زمن العولمة، فالمتفق عليه بصفة عامة أن الجمهور يستجيب بشكل إيجابي للرسائل التي تتفق مع ثقافته، إذ يتميز كل مجتمع بشخصية ثقافية تتمثل في مجموع الاساليب التي يمارس بها حياته بصفة عامة وتشمل العادات والتقاليد والقيم والعلم والفن والادب والدين وقضاياه المصيرية، والتي يجد فيها الفرد وسائله المفضلة بالتعبير عن الذات وتقوم على التفاعل الاجتماعي وترمي إلى أكساب الفرد إتجاهات وسلوكيات مناسبة لدوره الاجتماعي ومن ثمّ تمكنه من مسايرة جماعته ولهذا قامت هذه البرامج بمسايرة الواقع الحياتي اليومي في المجتمع العربي.



الملاحق

ملحق يبين تصنيف وايت للقيم

تضم منظومة وايت المطوَّرة ثماني مجموعات، فيها سبع وأربعون قيمة على النحو الآتي:

١- مجموعة القيم الاجتماعية: وحدة الجماعة- الظرف واللطافة- قواعد السلوك- التواضع- المماثلة- التشبُّه - الكرم والعطاء- التسامح- حب الناس "الجنس الآخر- الأسرة- الصداقة".

٢- مجموعة القيم الأخلاقية: الأخلاق- الصداقة- العدالة- الطاعة- الدين.

٣- مجموعة القيم القومية الوطنية: الوطنية - حرية الوطن استقلاله - وحدة الأقطار المجزّأة "عربية - غير عربية".

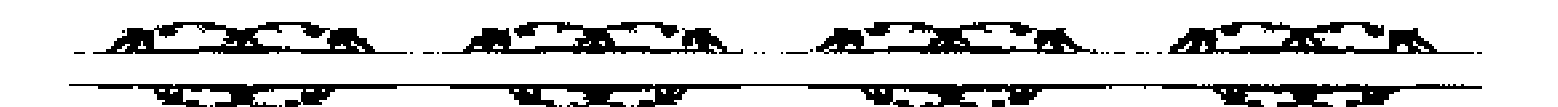
٤- مجموعة القيم الجسمانية: الطعام - الراحة- النشاط- الصحة وسلامة الجسم - الرفاهية - النظافة.

٥- مجموعة القيم الترويحية "التسلية - اللعب": الخبرة الجديدة- الإثارة- الجمال- المرح- التعبير الذاتي المبدع.

٦- مجموعة قيم تكامل الشخصية: التكيُّف والأمن الانفعالي- السعادة- التحصيل والنجاح- التقدير- اعتبار الذات واحترام الذات- السيطرة والتسلُّط- العدوان- القوة- التصميم- الحرص والانتباه- استقلال الفرد- المظهر.

٧- مجموعة القيم المعرفية الثقافية: المعرفة- الذكاء- الثقافة.

٨- مجموعة القيم العملية الاقتصادية: العملية والواقعية- العمل - الاقتصاد- الضمان الاقتصادي- الملكية الاشتراكية.



ملحق يبين تصنيف الخطة الشاملة لقيم الثقافة العربية الذي اصدرته الجامعة العربية

جسّدت الخطة الشاملة للثقافة العربية الأمور الخمسة الذكر، فحدَّدت الهوية الثقافية العربية، ووضعت الأهداف والمبادئ الأساسية، وفصَّلت في أسس العمل ووسائله، ورسمت عناصر السياسات والبرامج الإقليمية والقومية. والمعروف أن جامعة الدول العربية لم تكتف بإصدار الخطة، بل راحت تعقد الندوات لمناقشتها وتوضيحها، و صنَّفت الخطة الشاملة للثقافة العربية منظومة القيم العربية الإسلامية في أربعة جوانب، يضم كل جانب قيماً رئيسة تتبعها قيم فرعية تُوضِّحها أو تزيدها تفصيلاً، الصورة الموجزة الآتية لهذه المنظومة:

١- من الناحية السياسية: تكريم الإنسان بوصفه إنساناً (نفي التمييز العنصري)- الشورى أسلوباً للحكم- العدل- رفض الظلم- حرية المعتقد - التسامح الديني- الحرية (إطلاق ملكات الإنسان- تحرير الإنسان من الاستغلال- حرية التعبير)- المساواة في الفرص (استناداً إلى معيار: قيمة المرء مايُحْسِن).

٢- من الناحية الاجتماعية: احترام الأسرة (رعاية الوالدين- التراحم بين ذوي القربى- قضايا الإرث- قضايا الزواج- صوت حقوق المرأة)- إيثار المروءة- العفو هو الأساس في العلاقات الاجتماعية- التكافل الاجتماعي- (الرعاية الاجتماعية- توفير حاجات الإنسان الأساسية- نبذ الأنانية الفردية - الصداقات والزكاة- إشراف الدولة على المشافي- إحياء الأرض- المحاسبة- الوقف)- العدل الاجتماعي (تحريم الربا- إنكار استغلال الإنسان- التعليم المجاني)- المسؤولية الاجتماعية العامة للجماعة (تنظيم الحرف- مراقبة الأسواق والأسعار- منع الغش- الحفاظ على النظافة-



الرفق بالحيوان- السهر على القضاء وتنفيذ الأحكام- منع الاحتكار)- اعتماد مبدأ المحاسبة.

٣- **من الناحية الاقتصادية:** تقديس العمل النافع والإنتاج (العمل واجب ديني ودنيوي)- الاستثمار الإنتاجي ومنع الاكتناز والاحتكار (معيار استثمار المال هو توفير الحاجات الأساسية للإنسان) - مسؤولية الدولة عن أعمال النفع العام- الثروات العامة ملك الدولة، تديرها لصالح الجميع التضامن الاقتصادي العربي.

٤- **من الناحية الفكرية والثقافية: مجموعة القيم الفكرية الثقافية:** رفض الأميّة- تكريم العلم والعلماء - الدعوة للإبداع- الدعوة للتفكير في آلاء الله والطبيعة والذات الإنسانية- البحث عن المعرفة والحكمة- التلاقح الثقافي مع الثقافات العالمية- احترام الكلمة - احترام الحوار- رفض الاستلاب الفكري - احترام التراث وإحياؤه - التكيُّف مع الحاضر والإعداد للمستقبل- عدم التعارض بين العقل والنقل- احترام الفكر العلمي وتشجيعه - ممارسة الاجتهاد- تنمية الأحاسيس الجمالية- التحصيل والنجاح- احترام الذات- التصميم- الحرص والانتباه.

٥- **مجموعة القيم الوطنية القومية:** احترام الوطن والأمة العربية - الشهادة في سبيل الوطن والأمة العربية - الحفاظ على حرّية الوطن والأمّة العربية - وحدة الأقطار العربية- نفي العدوان.

٦- **مجموعة القيم الجسمانية:** الاعتدال في الطعام والشراب- الحفاظ على الصّحة وسلامة الجسد- النظافة- الرياضة.



ملحق يبين ملحق تاريخ افتتاح أنظمة التلفزيون الوطني بالدول العربية*

الدولة	سنة البث	طبيعة النشأة
العراق	١٩٥٦	حكومية
لبنان	١٩٥٩	تجارية
مصر	١٩٦٠	حكومية
سوريا	١٩٦٠	حكومية
الكويت	١٩٦١	تجارية
الجزائر	١٩٦٢	حكومية
السودان	١٩٦٢	حكومية
المغرب	١٩٦٢	تجارية
السعودية	١٩٦٥	حكومية
تونس	١٩٦٦	حكومية
ليبيا	١٩٦٨	حكومية
الأردن	١٩٦٨	حكومية
اليمن	١٩٦٤	حكومية
الامارات	١٩٦٩	حكومية
قطر	١٩٧٠	حكومية
البحرين	١٩٧٣	أجنبية/ حكومية
عُمان	١٩٧٤	حكومية
الصومال	غير متاح	غير متاح
موريتانيا	١٩٨٤	حكومية

* التقرير العربي للتنمية الثقافية، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٥٩.



ملحق يبين ابرز شبكات التلفزيون الفضائي العربي غير الحكومية*

الشبكة	جنسية المالك	تاريخ الاطلاق	نظام العرض	مصدر البث
MBC	سعودي	١٩٩١	مجاني	دبي
ART	سعودي	١٩٩٤	اشتراك	الأردن
Orbit	سعودي	١٩٩٤	اشتراك	روما- المنامة
المستقبل	لبناني	١٩٩٥	مجاني	بيروت
LBC	لبناني	١٩٩٦	مجاني	بيروت
الجزيرة	قطري	١٩٩٦	مجاني	الدوحة
ANN	سوري	١٩٩٧	مجاني	لندن
المنار	لبناني	٢٠٠٠	مجاني	بيروت
المستقلة	تونسي	٢٠٠٠	مجاني	لندن
NBN	لبناني	٢٠٠٠	مجاني	بيروت
Dream TV	مصري	٢٠٠١	مجاني	القاهرة
زين	لبناني	٢٠٠١	مجاني	دبي
المحور	مصري	٢٠٠٢	مجاني	القاهرة
الخليفة	جزائري	٢٠٠٢	مجاني	باريس
العربية	سعودي	٢٠٠٣	مجاني	دبي

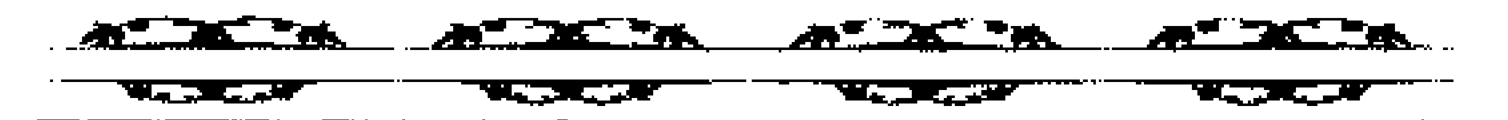
* التقرير العربي للتنمية الثقافية، ((مصدر سبق ذكره))، ص٢٧٢.



الحريات الصحفية في العالم العربي: الترتيب العربي والترتيب العالمي*

الدولة	الترتيب العربي	الترتيب العالمي
الكويت	١	٨٥
قطر	٢	٩٠
الاردن	٣	٩٦
الامارات	٤	١٠٠
لبنان	٥	١٠٨
المغرب	٦	١١٩
البحرين	٧	١٢٣
الجزائر	٨	١٢٩
فلسطين	٩	١٣٢
السودان	١٠	١٣٣
اليمن	١١	١٣٦
مصر	١٢	١٤٣
سوريا	١٣	١٤٥
تونس	١٤	١٤٧
السعودية	١٥	١٥٤
العراق	١٦	١٥٧
ليبيا	١٧	١٦٢

* الحريات الصحفية في العالم العربي،((تقرير منظمة مراسلون بلا حدود، ٢٥تشرين الاول ٢٠٠٥م)). نقلا عن: د.صباح ياسين،((مصدر سبق ذكره))، ص٤١.



ملحق يبين مراحل التقدم الإنساني

[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
الصيد والجني	تأمين الحياة	الجسم	القبيلة	صراع مع الطبيعة
الزراعة	إعادة الإنتاج	الأرض	الدول أو المجموعات الإقطاعية	الصراع العسكري
الصناعة	العمل	رأس المال	المؤسسة	تقنيات الإنتاج
مجتمع [illegible]	الاختيار	الإبداع والكفاءة	التنظيم الشبكي	إحكام التصرف في المعلومات ووسائل الاتصال

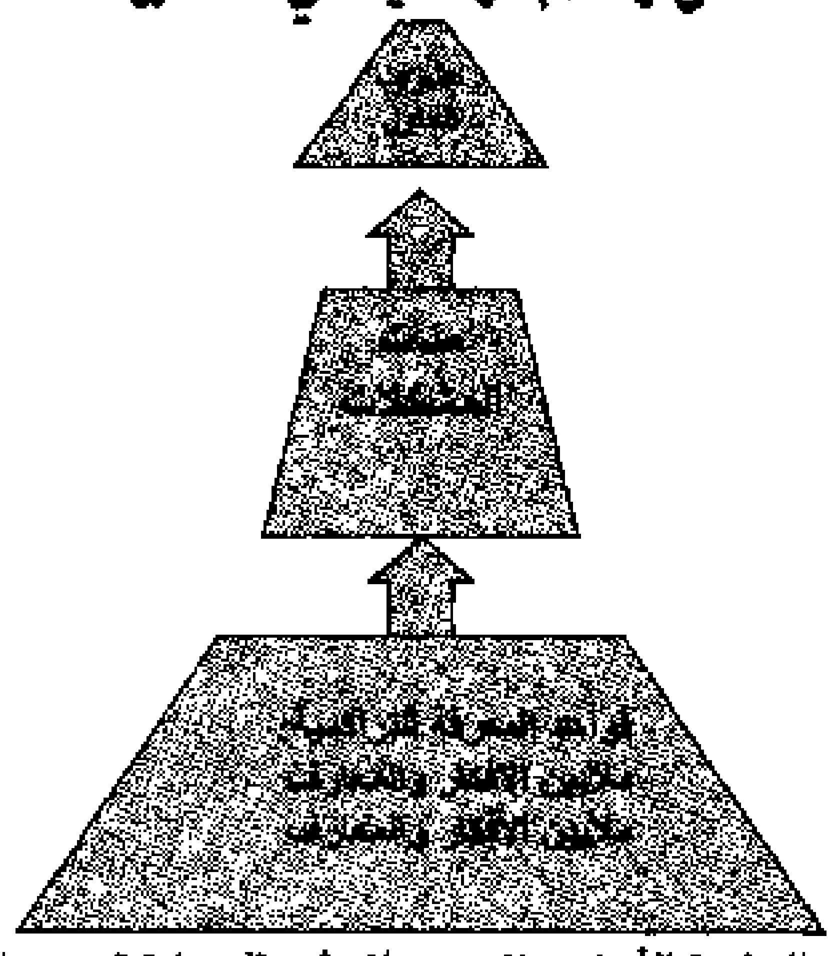
الصناعات الابداعية	صناعات حقوق النشر	صناعات المحتوى	الصناعات الثقافية	المحتوى الرقمي

تتسم الى حد كبير بطبيعة مدخلات العمل، افراد مبدعون	تحددها طبيعة الملكية والمنتج الصناعي	تحددها بؤرة انتاج الصناعة	تتحدد في ضوء وظيفة السياسة العامة والتمويل	يتحدد عبر الجمع بين التكنولوجيا وبؤرة انتاج الصناعة
الاعلان العمارة التصميم برمجية تفاعلية سينما وتلفزيون موسيقى نشر فنون اداء	فن تجاري فنون ابداعية فيلم وفيديو موسيقى نشر اعلام مسجل معاملة بيانات برامج الكترونية	موسيقى سابقة التسجيل موسيقى مسجلة موسيقى بالتجزئة اذاعة وسينما برمجية خدمات اعلامية	المتاحف والقاعات فنون وحرف بصرية تعليم الفنون اذاعة وسينما موسيقى فنون اداء ادب مكتبات	فن تجاري فيلم وفيديو تصوير فوتوغرافي العاب الكترونية اعلام مسجل تسجيل صوت تخزين المعلومات واسترجاعها

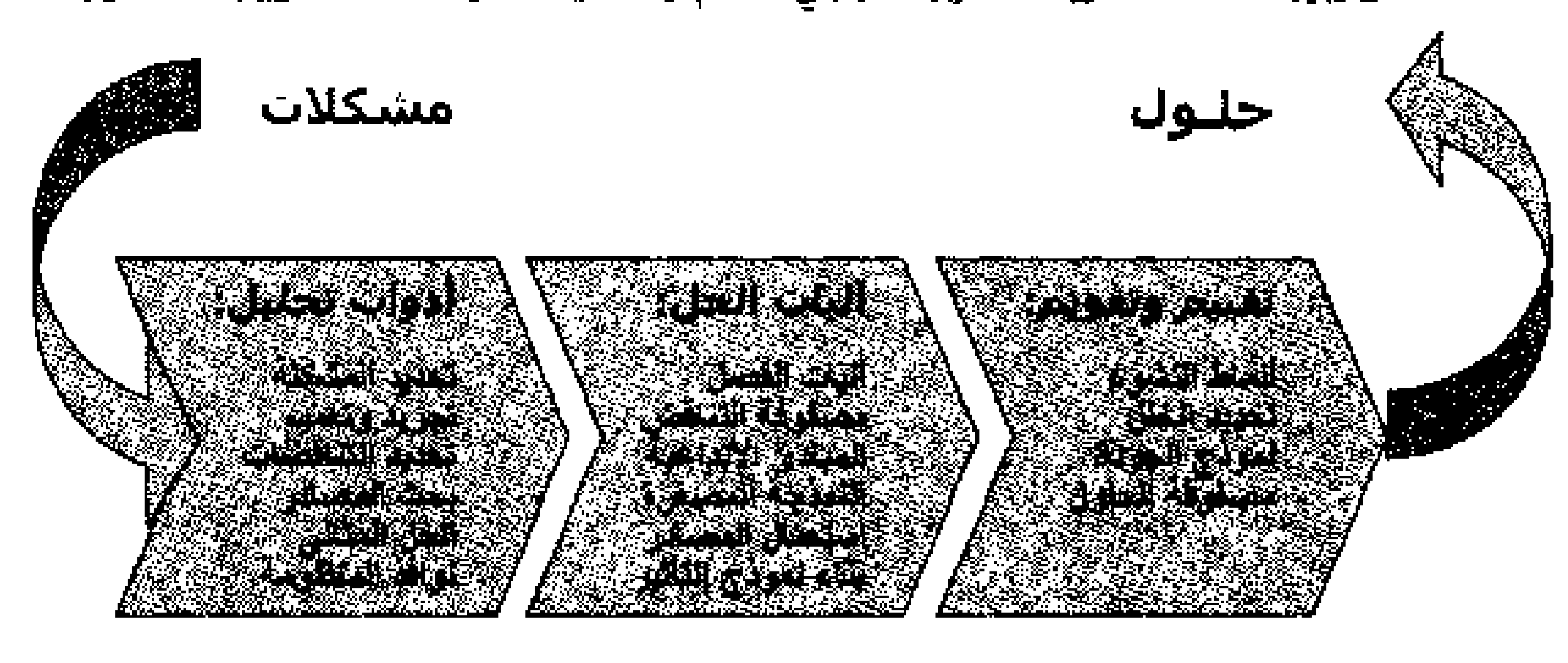


ملحق يبين "ماالصناعات الابداعية، اضطراب تصنيف أم تركيز على التحليل"*.

ملحق رسم توضيحي لنظرية *TRIZ



شكل يبين اعتماد النظرية الأسلوب المنهجي المنظم في عملية تحديد المشكلة وإيجاد الحلول



---

* جون هارتلي، ((مصدر سبق ذكره))، ص٤٣

* من اهم الشركات العالمية التي تستعمل مخرجات نظرية TRIZ لتدريب وتأهيل كوادرها البشرية : LG,Samsung,NASA,Siemens,Motoral,IBM,Ford,Toyota,Mitsubishi , وغيرها الكثير .



المصادر والمراجع

اولا: الكتب العربية

١- ابو أصبع، صالح خليل، "الاتصال الجماهيري"، دار الشروق، عمان، ١٩٩٩م.

٢- أبو إصبع، صالح خليل، "الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة"، عمان، دار مجدلاوي، ط٥، ٢٠٠٦م.

٣- ابو جادو، صالح محمد علي، د.محمد بكر نوفل، "تعليم التفكير- النظرية والتطبيق"،عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة،٢٠٠٧م.

٤- أبو عرجة، تيسير، "الاعلام والثقافة العربية – الموقف والرسالة"، دار المجدلاوي، عمان، ٢٠٠٢م.

٥- إسماعيل، محمدحسام الدين،"الصورة والجسد: دراسات نقدية في الإعلام المعاصر"، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٨م.

٦- اسماعيل، محمود حسن، "مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير"، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٣م.

٧- بدوي، فاطمة، "تقنيات الاتصال – مقاربة ثقافية سوسيولوجية"، بيروت، دار مكتبة الجامعة اللبنانية، ١٩٩٩م.

٨- البرعي، نجاد ومجموعة باحثين، "الاستثمار في المستقبل.إستراتيجية تطوير القدرات المهنية والقانونية للإعلاميين العرب"، عمان، مركز حماية وحرية الصحفيين، مطابع الدستور التجارية، ٢٠٠٦م.

٩- بركات، حليم، "الاغتراب في الثقافة العربية: متاهات الانسان بين الحلم والواقع"، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٦م.

١٠- بركات، حليم، "المجتمع العربي في القرن العشرين، بحث في تغير الأحوال والعلاقات"، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٠م.

١١- البلداوي، عبد الحميد عبد المجيد، "الأساليب الاحصائية التطبيقية"، عمان، دار الشروق، ٢٠٠٨م.

١٢- تايه، عبد الله، "الإعلام الثقافي في الإذاعة والتليفزيون"، رام الله، دار الماجد للطباعة، ٢٠٠٦م.

١٣- توفيق، سعيد، "أزمة الإبداع في ثقافتنا المعاصرة"، بيروت، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، ٢٠٠٧م.

١٤- الجابري، محمد عابد وآخرون، "العرب والعولمة- بحوث ومناقشات الندوة الفكرية التي نظمها مركز دراسات الوحدة العربية"، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط٣، ٢٠٠٠م.

١٥- الجابري، محمد عابد، "إشكاليات الفكر العربي المعاصر"، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط٤، ٢٠٠٠م.

١٦- الجابري، محمد عابد، "المسألة الثقافية في الوطن العربي"، سلسلة الثقافة القومية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ١٩٩٤م.

١٧- الجابري، محمد عابد، "تكوين العقل العربي"، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط٨، ٢٠٠٢م.

١٨- الجادري، عدنان حسين، "الاحصاء الوصفي في العلوم التربوية"، عمان، دار المسيرة، ط٢، ٢٠٠٧م.

١٩- جبور، جورج، "في الملكية الفكرية- حقوق المؤلف"، بيروت، دار الفكر المعاصر، ١٩٩٦م.

٢٠- جروان، فتحي عبد الرحمن، "الموهبة والتفوق والإبداع"، العين، دار الكتاب الجامعي، ١٩٩٨م.

٢١- الجمال، راسم محمد، "الاتصال والإعلام في الوطن العربي"، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط٢، ٢٠٠١م.

٢٢- الجندي، تهامة، "الإعلام العربي قلق الهوية- وحوار الثقافات، دراسة في إعلام المنطقة العربية"، دمشق، نينوى للدراسات والنشر والتوزيع، ٢٠٠٥م.

٢٣- حجاب، محمد منير، "الاعلام والتنمية الشاملة"، دار الفجر للنشر، القاهرة، ٢٠٠٠م.

٢٤- حسن، سمير إبراهيم، "الثقافة والمجتمع"، دمشق، دار الفكر، ٢٠٠٧م.

٢٥- حسين، سمير محمد، "بحوث الاعلام، دراسات في مناهج البحث العلمي"، عالم الكتب، القاهرة، ط٣، ١٩٩٩م.

٢٦- حسين، سمير محمد، "تحليل المضمون" عالم الكتب، القاهرة، ط٢، ١٩٩٦م.

٢٧- حمزة، كريم محمد، "تحليل مضمون الخطاب الاتصالي، سوسيولوجيا فهم الآخر"، بغداد، مركز الدراسات الاجتماعية والجنائية، ٢٠٠٦م.

٢٨- حوات، محمد علي، "العرب والعولمة: شجون الحاضر وغموض المستقبل"، القاهرة، ٢٠٠٢م.

٢٩- خضور، اديب، "دراسات في المنهجية والسيمولوجية وتحليل المضمون"، مطبعة خالد بن الوليد، دمشق، ١٩٨٧م.

٣٠- الخوري، نسيم، "الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية"، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٥م.

٣١- الخولي، أسامة امين ومجموعة مؤلفين، "تهيئة الإنسان العربي للعطاء العلمي"، بحوث ومناقشات الندوة الفكرية التي نظمها مركز دراسات الوحدة العربية بالتعاون مع مؤسسة عبد الحميد شومان، بيروت، ١٩٨٥م.

٣٢- الدليمي، حميد جاعد "أساسيات البحث المنهجي"، شركة الحضارة، بغداد، ٢٠٠٤م.

٣٣- الدليمي، حميد جاعد، "علم اجتماع الإعلام"، عمان، دار الشروق، ٢٠٠٢م.

٣٤- دليو، فضيل، "الاتصال: مفاهيمه، نظرياته، وسائله"، دار الفجر، القاهرة، ٢٠٠٣م.

٣٥- الذهبي، جاسم محمد، "التطوير الإداري"، بغداد، جامعة بغداد، دار الكتب والوثائق، ٢٠٠١م.

٣٦- الرابح، الصادق وآخرون، "بعض التساؤلات حول علوم الإعلام والاتصال"، المؤتمر العلمي التاسع لكلية الآداب والفنون، استشراف المستقبل، جامعة فيلادلفيا، عمان، ٢٦- ٢٠٠٤/٤/٢٨م.



٣٧- رحومة، علي محمد، "الانترنت والمنظومة التكنو- اجتماعية"، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٧م.

٣٨- الرزو، حسن مظفر، "الفضاء المعلوماتي"، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٧م.

٣٩- رشتي، جيهان، "الاسس العلمية لنظريات الاعلام"، دار الفكر العربي، القاهرة، ط٢، ١٩٧٨م.

٤٠- رشتي، جيهان، "الاعلام والمجتمع"، جامعة القاهرة، القاهرة، ٢٠٠٢ م.

٤١- زحلان، أنطوان، "العرب وتحديات العلم والتقانة - تقدم من دون تغيير"، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٩٩م.

٤٢- الزرن، جمال، "تدويل الإعلام العربي- الوعاء ووعي الهوية"، دار صفحات، دمشق، ٢٠٠٧م.

٤٣- زيادة، رضوان جودت، "صدى الحداثة وما بعد الحداثة في زمنها القادم"، الدار البيضاء، المركز الثقافي العربي، ٢٠٠٣م.

٤٤- الزيدي، المنجي وآخرون، "الثقافة العربية- أسئلة التطور والمستقبل"، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٣م.

٤٥- سعدي، محمد، "مستقبل العلاقات الدولية من صراع الحضارات إلى انسنة الحضارة وثقافة السلام"، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٦م.

٤٦- ستو، غسان منير حمزة و د. الطرح، علي احمد، "الهويات الوطنية والمجتمع العالمي والإعلام"، دار النهضة العربية، بيروت، ٢٠٠٢م.

٤٧- السنو، مي العبد الله كامل وآخرون، مراجعة وتقديم د.تيسير أبو عرجة، "قضايا الاتصال والإعلام في الأردن والوطن العربي"، عمان، دار الفارس للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧م.

٤٨- السنو، ميّ العبد الله، "الاتصال في عصر العولمة الدور والتحديات الجديدة"، دار النهضة العربية، بيروت، ط٢، ٢٠٠١م.

٤٩- السنو، مي العبد الله، "الاتصال والديمقراطية"، بيروت، دار النهضة العربية، ٢٠٠٥م.

٥٠- الشريف، سامي، "الفضائيات العربية/رؤية نقدية"، القاهرة، دار النهضة العربية، ٢٠٠٤م.

٥١- شعبان، جمال وآخرون، "فكر ابن خلدون- الحداثة والحضارة والهيمنة"، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٧م.

٥٢- الصادق، العلالي، "العلاقات الثقافية الدولية- دراسة سياسية قانونية"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ٢٠٠٦م.

٥٣- صالح، سليمان، "وسائل الإعلام وصناعة الصور الذهنية"، مسقط، مكتبة الفلاح، ٢٠٠٥م.

٥٤- الصايغ، يوسف، "التنمية العصيةمن التبعية إلى الاعتماد على النفس في الوطن العربي"، بيروت، مركز الدراسات الوحدة العربية، ١٩٩٢م.

٥٥- الطاهر، دويدار، "فنون المنوعات والتلفزيون"، القاهرة، دار سنابل، ٢٠٠٨م.

٥٦- عبد الحميد، محمد، "الاتصال في مجالات الابداع الفني الجماهيري"، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٩٣م.



٥٧- عبد الحميد، محمد، "البحث العلمي في الدراسات الإعلامية"، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٠م.

٥٨- عبد الحميد، محمد، "نظريات الاعلام واتجاهات التأثير"، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٩٧م.

٥٩- عبد الدائم، عبد الله ومجموعة مؤلفين، "العرب... إلى أين؟"، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ٢٠٠٢م.

٦٠- عبد الله، علي، "الإبداع الموسيقي"، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، ٢٠٠٠م.

٦١- عبد النبي، عبد الفتاح، "تكنولوجيا الإتصال والثقافة بين النظرية والتطبيق"، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٠م.

٦٢- العروي، عبد الله، "مفهوم ايدولوجيا"، الدار البيضاء، المركز الثقافي العربي، ١٩٨٠م.

٦٣- العزي، عبد الرحمن وآخرون، "ثورة الصورة: المشهد الاعلامي وفضاء الواقع"، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٨م.

٦٤- العزي، عبد الرحمن، "دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر اعلامي متميز"، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ٢٠٠٣م.

٦٥- علي، نبيل، "الثقافة العربية وعصر المعلومات"، مطابع الوطن، الكويت، ٢٠٠١م.

٦٦- عماد، عبد الغني، "سوسيولوجيا الثقافة- المفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة"، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٦م.

٦٧- عمر، السيد احمد مصطفى، "البحث الإعلامي:مفهومه..إجراءاته..ومناهجه"، دبي، مكتبة الفلاح، ط٢، ٢٠٠٨م.

٦٨- العياضي، نصر الدين، "وسائل الإتصال الجماهيري والثقافة القاعدة والاستثناء"، اصدارات دائرة الثقافة والاعلام، حكومة الشارقة، ٢٠٠١ م.

٦٩- غلوم، إبراهيم عبد الله، "الثقافة وإنتاج الديموقراطيّة"، بيروت، المؤسسة العربيّة للدراسات والنشر، ٢٠٠٢م.

٧٠- قلحوط، صابر و د. البخاري، محمد، "الامن الاعلامي وهموم المجتمع المعلوماتي في عصر العولمة"، دار العيسى، دمشق، ٢٠٠٢م.

٧١- القادري، نهوند، "قراءة في ثقافة الفضائيات العربية- الوقوف على تخوم التفكيك"، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٨م.

٧٢- القرشي، احسان كاظم شريف، "الطرائق المعلمية والطرائق اللامعلمية في الاختبارات الاحصائية"، بغداد، ٢٠٠٥م.

٧٣- قويدر، إبراهيم، "نحو إقامة مجتمع المعرفة- حقوق الإنسان العربي"، بنغازي،ليبيا،دار الكتب الوطنية، ٢٠٠٥م،ص٣٥ .

٧٤- لعياضي، نصر الدين، "وسائل الاتصال الجماهيري والثقافة،القاعدة والاستثناء"، الشارقة، دار الثقافة والإعلام، ٢٠٠١م.



٧٥- مجموعة مؤلفين، "تنمية الموارد البشرية في اقتصاد مبني على المعرفة"، أبو ظبي، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، ٢٠٠٤م.

٧٦- محفوظ، مدحت، "العرب ومستقبل الثقافات القومية- لماذا نحن دائما في الجانب الخطأ من معركة الحضارة؟"، القاهرة، الناشر المؤلف، ٢٠٠٨م.

٧٧- محمد، حسن علي، "نظريات الاتصال المعاصرة غربية وعربية"، القاهرة، دار البيان، ٢٠٠٣م.

٧٨- المخادمي، عبد القادر رزيق، "مشروع الشرق الأوسط الكبير"، بيروت، الدار العربية للعلوم، ديوان المطبوعات الجامعية، ٢٠٠٥م.

٧٩- مكاوي، حسن عماد و د. ليلى حسين السيد، "الاتصال ونظرياته المعاصرة"، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ١٩٩٨م.

٨٠- مكاوي، حسين عماد، "نظريات الإعلام"، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩م.

٨١- ملحم، إسماعيل، "التجربة الإبداعية: دراسة في سيكولوجية الاتصال والإبداع"، دمشق، منشورات اتحاد الكتاب، ٢٠٠٣م.

٨٢- مهنا، فريال، "إشكالية الجهاد في عصر المعلوماتية- عبر معضلات الهوية والسيادة والآخر"، دمشق، دار الفكر، ٢٠٠٥م.

٨٣- مهنا، فريال، "علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية"، دار الفكر المعاصر، بيروت، ٢٠٠٢م.

٨٤- موسى، عصام سليمان، "المدخل في الاتصال الجماهيري"، مكتبة الكناني، عمان، ط٥، ٢٠٠٣م.

٨٥- نصار، ناصيف وآخرون، "فكر ابن خلدون الحداثة والحضارة والهيمنة"، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٧م.

٨٦- نور الدين، لبجيري، "مدخل إلى نظرية الإعلام والحتمية القيمية - القيم كمنهج لدراسة وتأطير الظاهرة الإعلامية"، الجزائر، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، ٢٠٠٤م.

٨٧- الهوش، أبو بكر محمود وآخرون، "المعلومات والتنمية"، طرابلس، مركز الدراسات والبحوث، ٢٠٠٢م.

٨٨- الهويدي، زيد، "الإبداع: ماهيته، اكتشافه، تنميته"، العين، دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٤م.

٨٩- الهيتي، هادي، "إشكالية المستقبل في الوعي العربي"، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ٢٠٠٣م.

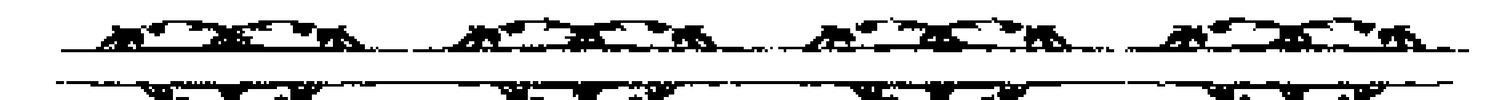
٩٠- الهيتي، هادي، "الاتصال الجماهيري المنظور الجديد"، سلسلة الموسوعة الصغيرة، دار الشؤون الثقافية، بغداد، ١٩٩٨م.

٩١- ياسين، سعد غالب وآخرون، "العرب...الى اين ؟"، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٢م.

٩٢- ياسين، صباح، "الإعلام النسق القيمي وهيمنة القوة"، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٦م.

٩٣- اليحياوي، يحيى، "العرب وشبكات المعرفة"، بيروت، دار الطليعة، ٢٠٠٧م.

٩٤- اليحياوي، يحيى، "العولمة والتكنولوجيا والثقافة"، بيروت، دار الطليعة، ٢٠٠٢م.



ثانيا: الكتب المترجمة إلى العربية

١- بريتون، فيليب، "يوتوبيا الاتصال - أسطورة القرية الكونية"، ترجمة د.إياس حسن، دمشق، دار الينابيع، ٢٠٠٧م.

٢- بونيو، دانييل، "الاتصال ضد الإعلام"، ترجمة: نصر الدين لعياضي، الجزائر، دار القصبة، ١٩٩٩م.

٣- بيرونز، ماكس، "ضرورة العلم: دراسات في العلم والعلماء"، ترجمة: وائل اتاسي وبسام معصراني، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، ع٢٤٥، ١٩٩٩م.

٤- دوبريه، ريجيس، "محاضرات في علم الإعلام العام – الميديولوجيا"، ترجمة: فؤاد شاهين وجورجيت الحداد، بيروت، دار الطليعة، ١٩٩١م.

٥- ديفلير، ملفين ل و بول، ساندرا، "نظريات وسائل الاعلام"، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط٣، ١٩٩٩م.

٦- روكاخ، م. دي فلور. س. بال، "نظريات الاعلام"، ترجمة د. محمد ناجي الجوهر، دار الأمل، أربد، ١٩٩٤م.

٧- ريفكن، جيرمي، "عصر الفرص- الثقافة الجديدة للرأسمالية حيث الحياة تجربة مكلفة"، ترجمة مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، الإمارات، أبو ظبي، ٢٠٠٣م.

٨- ستير نبرج، روبرت، "المرجع في علم نفس الإبداع"، ترجمة: محمد نجيب الصبوة وآخرون، القاهرة، المجلس الأعلى للثقافة، ٢٠٠٥م.

٩- شيشيتش، ميلينا دراجيشيفيتش ، سانجين دراجوجيفيتش، "ادارة الفنون في زمن عاصف: الادارة الجيدة القابلة للتكيف"، ترجمة: د.نهاد سالم، القاهرة، دار شرقيات للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧م.

١٠- صن، امارتيا، "التنمية حرية"، ترجمة: شوقي جلال محمد، الكويت، عالم المعرفة، ٢٠٠٥م.

١١- فاديا، ميشيل، "الإيديولوجية"، ترجمة: د.أمينة البحراوي، بيروت، دار التنوير للطباعة والنشر، بدون سنة نشر.

١٢- كوش، دنيس كوش، "مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية"، ترجمة: د.منير السعيداني، بيروت، المنظمة العربية للترجمة، ٢٠٠٧م.

١٣- كون، توماس س.، "بنية الثورات العلمية"، ترجمة: د.حيدر حاج اسماعيل، بيروت، المنظمة العربية للترجمة، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٧م.

١٤- ماتيلار، آرماندو ماتيلار، ميشلية، "نظرية الإتصال"، ترجمة أديب خضور، المكتبة الاعلامية، دمشق، ٢٠٠٣م.

١٥- ماركوز، هاربرت، "الإنسان ذو البعد الواحد"، ترجمة: جورج طرابيشي، بيروت، منشورات دار الآداب، ط٢، ١٩٨٨م.

١٦- مراميه، فرانك، "تقديم الفضاء العربي، الفضائيات والانترنيت والاعلان"، ترجمة فريدريك معتوق، شركة قدمس، بيروت، ٢٠٠٣م.



١٧- ملفين لديفلير، ساندرا بول- روكيتش، "نظريات وسائل الإعلام"، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر، ط٣، ١٩٩٩م.

١٨- موور، بروك نويل وكينيث برودر، "الفلسفة:قوة الأفكار،أفكار مؤثرة"، جامعة كاليفورنيا،٢٠٠٧م، ترجمة: م. حنان حسن/ تدريسية في كلية الاعلام.

١٩- هارتلي، جون، "الصناعات الإبداعية: كيف تنتج الثقافة في عالم التكنولوجيا والعولمة؟"، ترجمة: بدر السيد سليمان الرفاعي، الجزء الأول والثاني ،الكويت، عالم المعرفة، ٢٠٠٧م.

٢٠- هارفي، ديفيد، "حالة ما بعد الحداثة: بحث في أصول التغيير الثقافي"، ترجمة: د.محمد شيا، بيروت، المنظمة العربية للترجمة، ٢٠٠٥م.

٢١- هيلز، جون، جوليان لوغران، دافيد بياشو، "الاستبعاد الاجتماعي"، ترجمة: د.محمد الجوهري، الكويت، عالم المعرفة، ع٣٤٤، أكتوبر/ ٢٠٠٧م.

٢٢- وروشكا، الكسندر، "الإبداع العام والخاص"، ترجمة: د.غسان عبد الحي أبو فخر، الكويت، عالم المعرفة، ١٩٨٩م.

ثالثا: التقارير والدراسات

١- ادارة الثقافة، "الخطة الشاملة للثقافة العربية"، تونس، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، ط٢، ١٩٩٦م.

٢- برنييه، ايفان، "اتفاقية اليونسكو حول تنوع إشكال التعبير الثقافي، وثيقة ثقافية على ملتقى طرق السياسة والقانون"، إصدارات الأمم المتحدة، دراسة بطلب من اليونسكو، ٢٠٠٨م.

٣- البطران، عصام، "تقرير البيان الختامي للمؤتمر/ السياسات الثقافية الفلسطينية"، تقرير وزارة الثقافة الفلسطينية، حزيران٢٠٠٤م.

٤- تبيس، يوسف، "الثقافة العلمية والقيم الإنسانية: مفارقات النسق العلمي – التقني"، فاس، جامعة محمد بن عبد الله، ٢٠٠٦م.

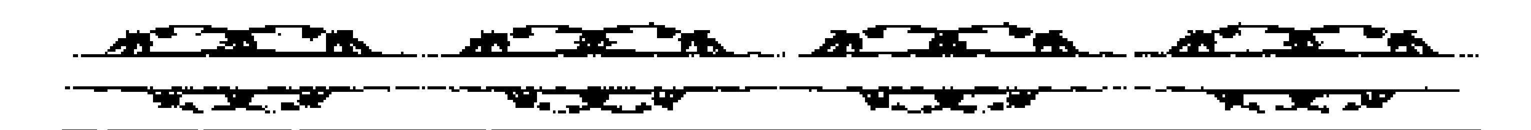
٥- تقرير التنمية الإنسانية العربية، "نحو إقامة مجتمع المعرفة"، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، ٢٠٠٣م.

٦- تقرير منظمة الأمم المتحدة عن أول دراسة للصناعات الإبداعية بعنوان" الاقتصاد الابداعي للعام ٢٠٠٨م".

٧- حماد، شريف علي، "الثقافة الإسلامية في ضوء القضايا المعاصرة- تحليل مساق الثقافة الإسلامية"، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر التربوي الأول للجامعة الإسلامية، التربية في فلسطين وتغيرات العصر، ٢٣/١١/٢٠٠٤م.

٨- حنان أحمد سليم، "اتجاهات الصفوة المصرية نحو واقع ومستقبل القنوات الاخبارية العربية"، بحث مقدّم الى المؤتمر العلمي الحادي عشر، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ج١، آيار/ ٢٠٠٥م.

٩- الحيدري، عبد الله، "الصناعات الإعلامية العربية- قراءة في وسائل الإنتاج"،البحرين، جامعة البحرين/قسم الإعلام، مدونة أجيال، ٢٠٠٧م.



١٠- علي، نبيل، "تعزيز صناعة المحتوى العربي"، دراسة اعدت للامم المتحدة ضمن مشروع تعزيز وتطوير صناعة المحتوى الرقمي العربي، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا "الاسكوا"، ٢٠٠٦م.

١١- العياري، المنصف، أ.محمد عبد الكافي، "القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة"، تونس، اتحاد اذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات اذاعية "٥٦"، ٢٠٠٦م.

١٢- العيطة، سمير، "نماذج لبرامج الأعمال وخطط التسويق والشراكات لصناعات المحتوى العربي"، إصدارات الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا "الاسكوا"، ٢٠٠٨م.

١٣- اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، "منهجية ادارة المعرفة"، نيويورك، الامم المتحدة، ٢٠٠٤م.

١٤- اللجنة العربية لدراسة قضايا الإعلام والاتصال في الوطن العربي، "نحو نظام عربي جديد للإعلام والاتصال"، مشروع التقرير النهائي، تونس، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، ١٩٨٥م.

١٥- مجموعة مؤلفين، "التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية"، بيروت، مؤسسة الفكر العربي، ٢٠٠٨م.

١٦- مجموعة مؤلفين، "تقرير نظرة على الإعلام العربي ٢٠٠٧م – ٢٠١١م"، دبي، نادي دبي للصحافة وبرايس ووتر هاوس كوبرز، ٢٠٠٧م.

١٧- المصمودي، مصطفى، "دور الإعلام في معالجة ظاهرة الخوف من الإسلام "الإسلاموفوبيا" بحاسوبين على الأرض ومنارة فوق القمر"، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة - إيسيسكو - ١٤٢٩هـ/٢٠٠٨م.

١٨- منظمة العمل العربية، "التقرير العربي الأول حول التشغيل والبطالة في الدول العربية نحو سياسات وآليات فعالة"، ميدان المساحة، الدقي، الجيزة، ٢٠٠٨م.

١٩- الهوش، ابو بكر محمود، "المعلومات والتنمية"، ابحاث ودراسات الندوة العلمية الاولى لقسم المعلومات بأكاديمية الدراسات العليا بالتعاون مع مركز الدراسات والبحوث/امانة مؤتمر الشعب العام، طرابلس:١٥- ١٧كانون الثاني، ٢٠٠٣م.

رابعا: المجلات والجرائد

١- "الإبداع تلفزيا"، مجلة الإذاعات العربية، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، ع٣، ١٩٩٩م.

٢- جابر، جاسم محمد الشيخ، "البعد الاتصالي لبرامج الحوار في التلفزيون"، تونس، مجلة الاذاعات العربية، ع٣، ٢٠٠٨م.

٣- جبلي، سعيد بن، "رصد الاعلام الجديد وعلاقته بالراي العام- سلاح المهمشين العرب"، في ثالث أيام مهرجان القاهرة للإعلام، الثلاثاء ٢٠٠٧/١٢/٤م.

٤- الحمامي، عبد الرزاق، "الحوار رؤية نقدية"، تونس، مجلة الاذاعات العربية، ع٣، ٢٠٠٨م.

٥- خوجة، عدنان، "الفضائيات العربية وقيم الإبداع"، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، مجلة الإذاعات العربية، ع٢، ٢٠٠٨م.

٦- الخويلدي، سلمى بالحاج مبروك، "المواطن والإنسان ذو البعد الواحد"، الجزائر، مجلة العلوم الاجتماعية، ٢٠٠٨م.



٧- شلبية، محمود، "الحوار والمحاورة في البرامج التلفزيونية"، مجلة الإذاعات العربية، ٢٠٠٦/٤م.

٨- الشيخ، عبد القادر بن الشيخ وآخرون، "التلفزيون الثقافة الهوية"، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، ع٤٢، ١٩٩٩م.

٩- العزي، عبد الرحمن،"الزمن الإعلامي والزمن الاجتماعي:قراءة في تفكك بنية التحول الثقافي بالمنطقة العربية"، بيروت، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، ع٣٢١ ،السنة ٢٨، تشرين الثاني/٢٠٠٥م.

١٠- العياري، المنصف، "البرامج الحوارية التلفزيونية"، تونس، مجلة الاذاعات العربية، ع٣، ٢٠٠٨م.

١١- قنطارة، محمد، "منزلة الآخر في الخطاب الإعلامي في القنوات الفضائية العربية"، مجلة الإذاعات العربية، ٢٠٠٦/٤م.

١٢- مايلز، كاثلين– واشنطن بوست، "الألفية الجديدة لمعرفة التنمية العربية"، ترجمة جريدة الصباح الجديد، ع١١٨٠، الخميس٣/ تموز/ ٢٠٠٨م.

١٣- مسعد، نيفين، "النزاعات الدينية والمذهبية والاثنية في الوطن العربي"، مجلة المستقبل العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ع٢٦٤، حزيران/ ٢٠٠٩م.

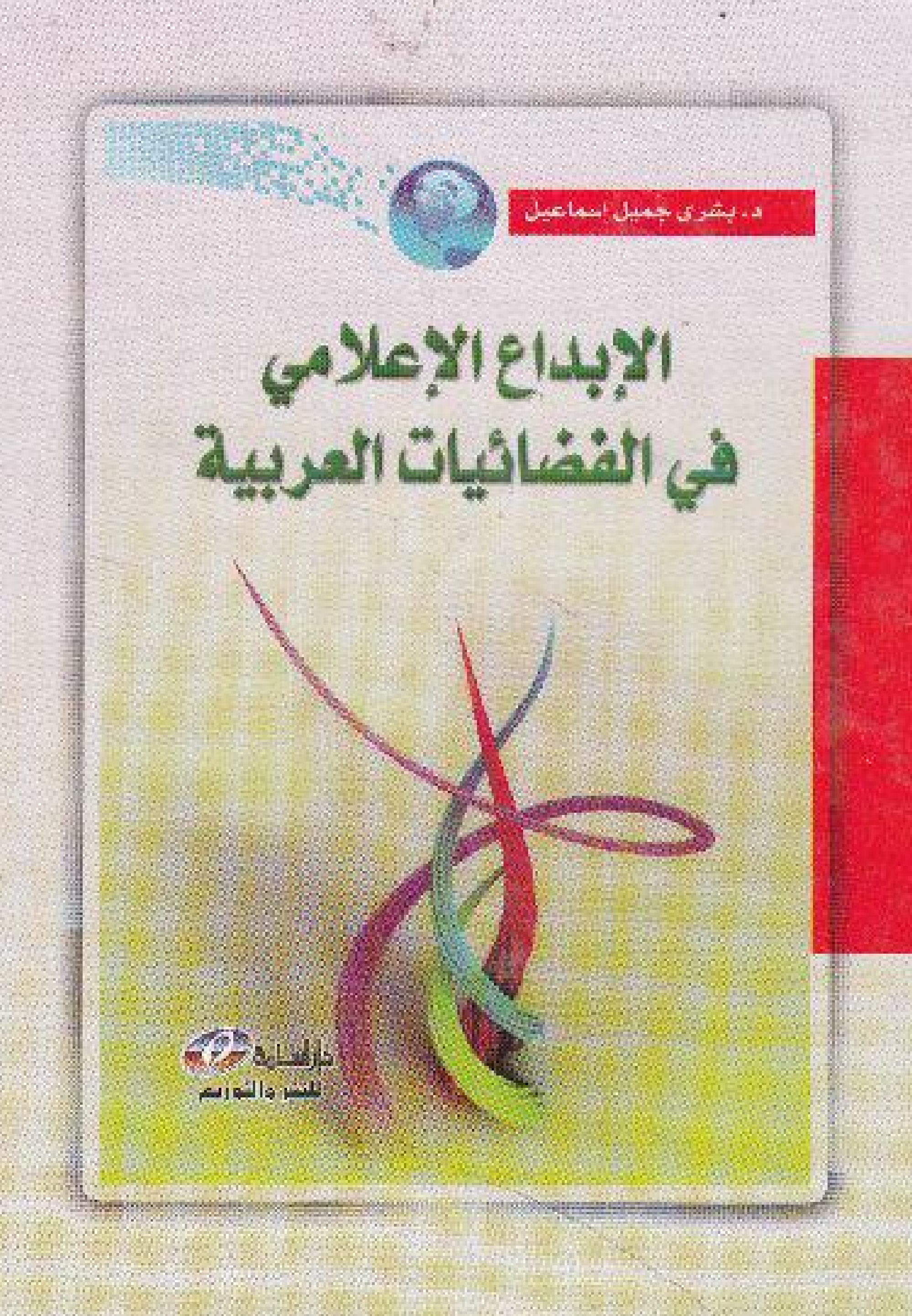
١٤- مهيوب غالب احمد، "العرب والعولمة"، بيروت، مجلة المستقبل العربي، ع٦، ٢٠٠٠م. ١٥- اليحياوي، يحيى، "الفكر الرقمي لتكنولوجيا الاعلام والعولمة في مجتمع الاعلام بالمغرب"، مجلة دليل الانترنيت، نصف شهرية، العدد ٥٦، يوليو ٢٠٠٤م.

خامسا: مواقع الانترنيت

1- A www.voice of moderation helps transform Arab media،
2- http://ar.wikipedia.org/w/index.php?title
3- http://news.filbalad.com/News.asp
4- http://www.mtholyoke.edu/acad/intrel/ray.htm.
5- http://www.unhchr.ch/html
6- http://news.filbalad.com/News.asp .
7- http://www.26sep.net/newsweekartic
8- http://www.afkeronline.org
9- http://www.alarabiya.net/default.html
10- http://www.alarabiya.net/save.
11- http://www.alhayat.com/culture/tv/05-2008/Item-20080510-d332bafd-
12- http://www.alhayat-j.com
13- http://www.alhelal-nasheed.com/vb/newreply.php
14- http://www.aljazeera.net/NR/exeres
15- http://www.almadapaper.com
16- http://www.alwihdah.com/view.php?cat=1&id=1351
17- http://www.almollta.com/vb/index.php
18- http://www.alwihdah.com/view.php?cat=1&id=1351
19- http://www.amanjordan.org/aman_studies/wmview.php?ArtID=1080
20- http://www.ameinfo.com/legal/
21- http://www.america.gov/ar/fpolicy.html



22- http://www.bnojabal.maktoobblog.com.
23- http://www.new-media-chair.com/
24- http://www.culture.gov.uk/creative/mapping.html
25- http://www.un.org/radio/ar/features/200803-1.html
26- http://www.difaf.net/modules.php?name=News&file=article&sid=445
27- http://www.dubaimediacity.
28- http://jamelzran.jeeran.com/archive/
29- http://www.hl-ar.net/showthread.php.
30- http://www.iht.com/articles/2008/02/29/opinion/edelmenshawy.php
31- http://www.dw-world.de/dw/
32- http://www.islamonline.net/iol-arabic/dowalia/fan-50/alqawel.asp
33- http://www.alecso.org.tn/biblio_alecso/liste_produit.php
34- http://www.asyeh.com/asyeh_world.php?action=showpost&id=941
35- http://thawra.alwehda.gov.sy/_kuttab_a.asp
36- http://www.hadatha4syria.org/index.php.
37- http://www.kalimatunisie.com/article.php?id=545
38- http://www.marefa.org/index.php.
39- http://www.masrawy.com/News/Egypt/Politics/2008/february/14/document.aspx
40- http://www.moheet.com/home.html
41- http://www.nashiri.net/index.php
42- http://www.openedemocracy.net
43- http://www.smartsway.com/arabic/ a-what.jpg.
44- http://www.un.org/radio/ar/features/200803-1.html
45- http://www.unctad.org/ecommerce
46- http://www.unesco.org/culture/alliance
47- http://www.unesco.org/culture/industries
48- http://www.wipo.int/treaties/ip/index
49- http://www.jehat.com/Jehaat/ar/AljehaAhkhamesa/nabeel_ali.htm
50- www. Mahdi Elmandjra.htm
51- www.abdallahidri jeeran.com.
52- www.afkeronline.org http://
53- www.aleqt.com
54- www.alwihdah.comh
55- www.carrefour-du-droit_arabe.pdf.
56- www.caus.org.lb
57- www.mebjournal.com
58- www.memobpi25_culturalindustries_ar.pdf http://
59- www.siironline.org.







دار أسامة
للنشر والتوزيع
الأردن ـ عمان


ISBN 978-9957-22-463-9

هاتف: 00962 6 5658253 / 00962 6 5658252
فاكس: 00962 6 5658254 ص.ب: 141781
البريد الالكتروني: darosama@orange.jo
الموقع الالكتروني: www.darosama.net